
BACHELORARBEIT

Herr
Johann David Subklew

**Sendungsanalyse der
„SharePoint Sendung“ und
Optimierungsmöglichkeiten in
Hinblick auf das
Sendungskonzept und die
Gestaltung**

2014

BACHELORARBEIT

Sendungsanalyse der „SharePoint Sendung“ und Optimierungsmöglichkeiten in Hinblick auf das Sendungskonzept und die Gestaltung

Autor:

Herr Johann David Subklew

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM11wT1-B

Erstprüfer:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

Zweitprüfer:

Diplom Kaufmann (FH) Gernot Kühn

Einreichung:

Berlin 30.06.2014

BACHELOR THESIS

Analysis of the “SharePoint Sendung” and optimization of the program in Terms of the concept and the design

author:

Mr. Johann David Subklew

course of studies:

Angewandte Medien

seminar group:

AM11wT1-B

first examiner:

Prof. Dr. Detlef Gwosc

Second examiner:

Diplom Kaufmann (FH) Gernot Kühn

submission:

Berlin, 30.06.2014

Bibliografische Angaben

Subklew Johann

Sendungsanalyse der „SharePoint Sendung“ und Optimierungsmöglichkeiten in Hinblick auf das Sendungskonzept und die Gestaltung

Analysis of the “SharePoint Sendung” and optimization of the program in Terms of the concept and the design

52 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2014

Abstract

Die SharePoint Sendung ist eine Ratgebersendung für die Themen soziale Intranets und dem Programmpaket SharePoint, welche im Zweimonatsrhythmus auf YouTube veröffentlicht wird. In der folgenden Sendungsanalyse werden die filmische Umsetzung, sowie das Konzept der Sendung untersucht, um aus den Ergebnissen Optimierungsmöglichkeiten herauszuarbeiten.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis.....	II
Abkürzungsverzeichnis	III
1 Einleitung	4
2 Vorstellung der Sendung.....	6
2.1 Einordnung der Sendung	7
2.2 Aufbau der Sendung	8
2.3 Distributionswege der SharePoint Sendung.....	10
2.4 Zielgruppe.....	12
3 Voraussetzung zur Sendungsanalyse.....	13
4 Elemente der visuellen Analyse.....	15
4.1 Einstellungsgrößen.....	15
4.2 Perspektive.....	18
4.3 Kamerabewegung	18
4.4 Komposition.....	21
4.5 Architektur	21
4.6 Licht	22
4.7 Schnitt und Montage.....	24
5 Elemente der auditiven Analyse.....	26
6 Sendungsanalyse der SharePoint Sendung.....	28
6.1 Grafische Elemente bzw. Design.....	28
6.2 Länge.....	29
6.3 Analyse der fünften Sendung.....	29
6.4 Analyse der sechsten Sendung.....	36
7 Empirische Studie zur Sendung	42
7.1 Ergebnisse der Studie	43
8 Optimierungsmöglichkeiten.....	49
8.1 Visuelle Optimierungsfaktoren	49
8.2 Auditive Optimierungsfaktoren	51
9. Zusammenfassung.....	52
Literaturverzeichnis	IV
Internetquellen.....	VI
Anlagen	IX
Eigenständigkeitserklärung.....	XXVIII

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Anzahl der Sendungsaufrufe in Klickzahlen nach Sendung sortiert.....	12
Abb. 2 Vergleich Studio (Greenscreen) und animierter Sendungshintergrund.....	21
Abb. 3 Logo der SharePoint Sendung mit Schriftzug.....	28
Abb. 4 „Wie sind Sie auf die Sendung aufmerksam geworden?“	42
Abb. 5 Gewünschte Sendungsdauer nach Minuten in Prozent.....	43
Abb. 6 Favorisierte Rubriken der Sendung in Stimmen.....	44
Abb. 7 Wunschthemen der Teilnehmer nach Stimmen.....	45
Abb. 8 Bevorzugter Veröffentlichungsrhythmus der Sendung in Prozent.....	45
Abb. 9 Nutzen der Sendung für die berufliche Tätigkeit.....	46
Abb. 10 Weiterempfehlungsbereitschaft der Teilnehmer.....	46

Abkürzungsverzeichnis

Ebd.	Ebenda
G	Gernot Kühn – Moderator der Sendung
H	Halbnah - Einstellungsgröße
M	Michael Greth – Moderator der Sendung
N	Nah - Einstellungsgröße
NiF	Nachricht im Film
LQ	Linksquadriert
RQ	Rechtsquadriert
Vgl.	Vergleiche
z.B.	zum Beispiel

1 Einleitung

Vor fast genau einem Jahr, am 24. Juni 2013 wurde die erste SharePoint-Sendung auf YouTube veröffentlicht. Sie beantwortet im Zweimonatsrhythmus Fragen zu sozialen Intranets und ist bis jetzt die einzige deutschsprachige Sendung ihrer Art. Dabei liegt das Hauptaugenmerk auf dem Programmpaket SharePoint der Firma Microsoft, welches gemeinsames Datenmanagement, Projektverwaltung und die Erstellung betrieblicher sozialer Netzwerke als Webanwendung ermöglicht. In unterschiedlichen Rubriken werden beispielsweise Experten befragt, neue Produkte gezeigt sowie Firmen, die das Programmpaket nutzen, vorgestellt. Der Fokus liegt hierbei immer auf dem Programm und dem Nutzen für die Anwender und Firmen.

Ein Jahr nach der ersten Sendung soll im Auftrag der drei Gründungsmitglieder eine Analyse zur Sendung erstellt werden, um als Ziel dieser Arbeit die Optimierungspotenziale der Sendung aufzuzeigen.

Dazu werden die Bestandteile einer Sendungsanalyse erarbeitet und auf zwei Folgen der SharePoint-Sendung anhand von Schnittprotokollen angewendet. Darüber hinaus soll eine empirische Studie mit Rezipienten der Sendung die Interessengebiete und Optimierungsmöglichkeiten aufzeigen.

Beginnend wird eine allgemeine Vorstellung der Sendung mit anschließender Genre-Einordnung durchgeführt. Darüberhinaus wird der Aufbau der Sendung und Ihre Distributionswege analysiert und die gewünschte Zielgruppe aufgezeigt. Im folgenden Kapitel werden die Bestandteile der visuellen Analyse untersucht und dabei die filmischen Elemente erläutert. Hierzu gehören die Ausarbeitung der Einstellungsgrößen, der Perspektiven und der Kamerabewegungen. Des Weiteren folgen Erläuterungen zur Bedeutung von Komposition, Architektur, filmischen Licht und Schnitt. Im Kapitel Elemente der auditiven Analyse werden die auditiven Filmelemente aufgezeigt, um eine Orientierungshilfe zur Weiterentwicklung der Sendung zu geben. Ein Schnittprotokoll von jedem Bild der, bei Erstellung dieser Arbeit, aktuellsten beiden Folgen soll die einzelnen Elemente untersuchen, beschreiben, sowie Unvollständigkeiten aufzeigen. Ebenfalls werden die grafischen Elemente der Sendung untersucht und erklärt, sowie die Längen der veröffentlichten Sendungen verglichen. Anhand einer empirischen Studie, in Form eines Onlinebewertungsbogens, werden die Interessengebiete der Rezipienten untersucht und nach der Bewertung der Sendung befragt.

Im abschließenden Kapitel Optimierungsmöglichkeiten des Hauptteils werden die

Ergebnisse aus der Sendungsanalyse und der empirischen Studie zusammengeführt und Vorschläge für Verbesserungsmöglichkeiten gebracht.

2 Vorstellung der Sendung

Die SharePoint Sendung ist eine im zweimonatigen Rhythmus erscheinende Ratgebersendung auf YouTube, welche sich mit den Themen Social Intranet und SharePoint beschäftigt.¹ Als Intranet wird ein unternehmensinternes Computernetz beschrieben, welches jedoch nicht an einen Ort gebunden sein muss.² Als Social Intranet versteht man eine unternehmensweite Plattform, welche durch die vielfältigen Kommunikations- und Kollaborationsanwendungen die einzelnen Mitarbeiter effizienter informiert, motiviert und schließlich auch zusammenarbeiten lässt.³ Dabei nutzt das Social Intranet „Komponenten wie Kommentare, Ratings, Kollaborationsbereiche oder Profile“⁴, um die Nutzer bzw. Mitarbeiter enger zu vernetzen. SharePoint ist der Name einer Anwendersoftware der Firma Microsoft, welche mit einer Art Produktpalette die Anwendungsgebiete bzw. Unternehmensbedürfnisse der Zusammenarbeit, Soziale Netzwerke, Informationsportale und öffentliche Webseiten, Content Management, Unternehmens Intelligenz und Unternehmensanwendungen abdeckt.⁵ Die Sendungen werden jedoch unabhängig vom Softwarehersteller gestaltet.

Redaktionell verantwortlich für die Sendung sind Steffi Gröscho (Geschäftsführerin der Agentur perlrot), Michael Greth (Blogger, Podcaster und Berater für SharePoint Technologien) und Gernot Kühn (Berater bei Microsoft). Im Konzept streben die drei eine Sendungsdauer von 15 bis 25 Minuten an welche, wie im späteren Verlauf noch genauer erläutert, jedoch selten eingehalten wird. Jede Sendung hat ein redaktionelles Oberthema, dieses wird in den einzelnen festen Rubriken von unterschiedlichen Gesichtspunkten aus erläutert und erklärt. Dabei versucht die Sendung eine Tonalität anzustreben, welche sowohl informativ, seriös und professionell, auf der anderen Seite aber auch unterhaltsam, persönlich, emotional und locker sein soll.⁶ Für die Verbreitung der Sendung stehen sowohl eine eigene Internetseite namens „diesharepointsendung.de“, als auch der YouTube Kanal der SharePoint-Community zur Verfügung. Die SharePointCommunity ist eine deutschsprachige Plattform für „SharePoint-Anwender, -Entwickler, -Partner und Interessierte“⁷ Verantwortlich für die

¹ Anlage 2, Sendungskonzept

² Wermke et al., 2009: 576

³ Wolf, 2011: 8

⁴ Wolf, 2011: 8

⁵ Williams, V. L.: 1ff

⁶ Anlage 2, Sendungskonzept

⁷ SharePointCommunity, 2014

Internetseite der SharePointCommunity ist Michael Greth.⁸ Durchschnittlich erreicht jede SharePoint Sendung über 1000 Aufrufe auf der Videoplattform.

2.1 Einordnung der Sendung

Für die Analyse der Sendung ist eine Charakterisierung und Einordnung in die Genres von Nöten. Auch wenn es sich bei der SharePoint Sendung um eine reine YouTube-Sendung handelt, so orientiert sie sich doch an den vorhandenen Formaten und Genres im Fernsehen. Als Genre versteht „man ein spezifisches Darstellungsmuster mit inhaltlichen, stofflich-motivischen, dramaturgischen, stilistischen, formal-strategischen, ideologischen Konventionen [...] mit einem bestimmten Rollen- und Figureninventar“⁹.

GEHRAU¹⁰ teilt die Genres in die Bereiche der Non-fiktionalen Formate, zu denen die Informationssendung, das Magazin und die Show gehören, und in die fiktionalen Formate Film, Serien und den Bereich Werbung. FAULSTICH¹¹ hingegen kategorisiert das Fernsehen in die vier Genres Unterhaltungs-, Informations-, Fiktionale- und sonstige Sendungen. Unter Unterhaltungssendungen werden unter anderem Quizsendungen, Talk-, Late-Night-, Game- und Comedy Shows, aber auch Musik und Sportsendungen zusammengefasst.¹² „Die fiktionalen Sendungen setzen sich zusammen [...] aus den zahlreichen fiktionalen Serien der unterschiedlichsten Art [...] sie werden ergänzt durch die Gruppe häufig anspruchsvollerer Fernsehspiele und Literaturverfilmungen.“¹³ Die SharePoint Sendung ist schlussfolgernd in das zweite Genre der Informationssendungen einzugliedern. GEHRAU¹⁴ vergleicht in der Gruppe der Informationssendungen die Formate nach Weiß und Trebbe, sowie von Bruns und Marcinkowski. Die Einordnung von WEIß und TREBBE¹⁵ sieht eine Einteilung der Informationsformate in Nachrichten, Informationssendungen und Infotainment vor. Die Autoren BRUNS und MARCINKOWSKI¹⁶ strukturieren die Informationssendungen in fünf Formate: Nachrichtensendungen, Reportagen, Diskussionsrunden, Politische Magazine sowie Morgen- und Mittagmagazine. Des Weiteren teilt GEHRAU¹⁷ das Format der Magazine in eine externe

⁸ SharePointCommunity, Impressum, 2014

⁹ Faulstich, 2008: 34ff

¹⁰ vgl. Gehrau, 2001: 57

¹¹ vgl. Faulstich, 2008: 34ff

¹² vgl. Faulstich, 2008: 34ff

¹³ vgl. Faulstich, 2008: 35

¹⁴ vgl. Gehrau, 2001: 58ff

¹⁵ vgl. Gehrau, 2001: 58ff nach Weiß, Trebbe, 1994

¹⁶ vgl. Bruns & Marcinkowski, 1997: 70

¹⁷ vgl. Gehrau, 2001: 57ff

Gattung ein. Im Gegensatz dazu umfasst bei FAULSTICH¹⁸ das Genre der Informationssendungen drei Gruppen: Nachrichtensendungen, Magazine und Dokumentar-, Wissenschafts- sowie Ratgebersendungen. Als Ratgebersendungen werden Sendungen beschrieben, welche durch ihre praxis- und anwendungsorientierten Inhalte mit beliebigen Themenschwerpunkten den Zuschauern informieren.¹⁹ Dabei sind für die Bauformen, Stilmerkmale und Strukturen der Sendungen keine Vorgaben gegeben, sondern im Gegenteil „*praktisch alle filmischen Darstellungsformen visueller und akustischer Art möglich.*“²⁰ Die Ratgebersendung oder auch Dokumentarsendung mit praktischen Tipps erhebt nach FAULSTICH²¹ „*die praktische Nutzbarkeit - die Nutzbarkeit möglichst für jedermann-, ihre Verwertbarkeit zum Grundwert.*“ Gerade dies ist eines der Ziele der SharePoint. So erklären die Gründer in ihrem Konzept vom 15. April 2013, die Vermittlung von Information zu den Themen Social Intranet und SharePoint, die Erhöhung der Aufmerksamkeit für das Thema, sowie die Vermittlung von Tipps und Anregungen als Teilvorsatz für die Sendung. Aus diesem Grund lässt sich die SharePoint Sendung als Ratgebersendung definieren. Folgend sollen der Aufbau und Inhalte beschrieben werden.

2.2 Aufbau der Sendung

Die Sendung ist in die Rubriken App, Babett, Case Study, Frage, Interview, Produkt, Sonstiges und Tutorial eingeteilt, wobei nicht jede Rubrik regelmäßig vorkommt. Die wichtigsten Rubriken der Sendung sind Interview, Babett, Case Study, Produkt und Frage. Dies spiegelt sich auch in der Häufigkeit der Rubriken in der Sendung wider. Folgend sollen die Rubriken kurz erläutert werden.

App

App steht umgangssprachlich als Abkürzung für Application, was übersetzt für Anwendung bzw. Anwendersoftware steht.²² In dieser Rubrik soll besonders auf informative oder praktische Anwendungsprogramme im Zusammenhang mit Social Intranet und SharePoint hingewiesen werden. Im Durchschnitt beträgt die Länge dieser Rubrik zwei Minuten.

¹⁸ vgl. Faulstich, 2008: 78ff

¹⁹ vgl. Faulstich, 2008: 95ff

²⁰ Faulstich, 2008: 98

²¹ Faulstich, 2008: 99

²² Muret-Sanders, 2001: 77

Babett

Die Rubrik Babett versucht mit Hilfe einer animierten, gleichnamigen Figur Babett, „*Tipps zur Einführung einer sozialen Kommunikations- und Zusammenarbeitsplattform*“²³ zu geben. Hierbei wird, in etwa zwei Minuten und 30 Sekunden, die Möglichkeit genutzt, durch vereinfachte grafische Darstellungen komplexe Fragen und Fallbeispiele zu erklären. Die animierte Figur spielt dabei eine virtuelle Mitarbeiterin der Agentur perlrot.²⁴

Case Study

Case Study ist der englische Begriff für Fallstudie,²⁵ in der Sendung wird die im Durchschnitt vier Minuten lange Rubrik genutzt um ein Unternehmen vorzustellen, welches erfolgreich das Intranet eingeführt hat und damit seine Produktivität und interne Kommunikation verbessern konnte. Es wurden Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, wie zum Beispiel die RTL-Mediengruppe,²⁶ Interboden oder die Smarter Business Group, vorgestellt.²⁷

Frage

In einer Minute und 30 Sekunden sollen in dieser Rubrik Probleme oder Fragen speziell von Intranet-Verantwortlichen gelöst, bzw. nachgegangen werden. Fragen waren bisher beispielsweise „*Welche Zertifizierungen hat der perfekte Projektmanager?*“²⁸ oder „*Wie bekommt man die Führungskräfte an Bord eines Social-Intranet-Projekts?*“²⁹

Interview

WERMKE ET AL.³⁰ beschreibt das Interview als eine Unterredung bzw. eine Befragung von führenden Persönlichkeiten. In der SharePoint Sendung werden in dieser Kategorie Experten zum Themenspezial befragt. Dabei sollen ausgewählte Personen ihr Wissen zu dem Oberthema mit in die Sendung einfließen lassen.

²³ SharePointSocial, Babetteria, 2014

²⁴ vgl. SharePointSocial, Babetteria, 2014

²⁵ vgl. Muret-Sanders, 2001: 192

²⁶ YouTube, SPS04, 2013

²⁷ YouTube, SPS05, 2014

²⁸ YouTube, SPS05, 2014

²⁹ YouTube, SPS06, 2014

³⁰ Wermke et al., 2009: 576

Produkt

Vergleichbar mit der Rubrik App werden in etwa einer Minute und 30 Sekunden in dieser Kategorie bestimmte Produkte von den Moderatoren, aber auch von Experten vorgestellt. So wurde beispielsweise in der aktuellen Sendung (Sendung sechs) der CRM-SharePoint-Integrator und in der vierten Sendung der Collaboration Manager vorgestellt.

Tutorial

Als Tutorium wird eine begleitende Übung beschrieben,³¹ welche in der Sendung darin besteht, dass eine neue Funktion bzw. eine neue Anwendung ausführlich, u.a. durch Mithilfe von Experten, vorgestellt wird. Dabei wird in der drei minütigen Rubrik zwischen den stilistischen Mitteln der Demonstration, Präsentation und Bildschirmaufzeichnung gewechselt, um so eine möglichst einfache Darstellung der Anwendung zu garantieren.³²

Sonstiges

Unter dieser Rubrik finden sich Themen oder Informationen, welche nicht eindeutig in die anderen Rubriken einzuordnen sind. So wurden bspw. in der dritten Sendung in dieser Rubrik Karten für die Konferenz SharePoint Days in Berlin verlost.³³

Zudem wird die Sendung an- und abmoderiert. Dabei geben die Moderatoren kurze Erklärungen und Einleitungen zu den einzelnen Themen bzw. Rubriken. Darüber hinaus wird nach der Anmoderation ein Themenüberblick der Sendung gegeben.³⁴

2.3 Distributionswege der SharePoint Sendung

Als Distributionsweg der SharePoint Sendung dient die Internetseite YouTube. YouTube ist die größte Videoplattform der Welt, die von Chad Hurley, Steve Chen und Jawed Karim gegründet und auf der im April 2005 das erste Video hochgeladen wurde.³⁵ Bereits ein Jahr später erkannte Google den Erfolg und das Potential und kaufte für 1,65 Millionen US-Dollar die Firma.³⁶ Der große Vorteil von Videoplattformen wie YouTube ist, dass *„Videos plattformunabhängig, also möglichst unabhängig von Software und*

³¹ Wermke et al., 2009: 1084

³² YouTube, SPS05, 2014

³³ YouTube, SPS06, 2014

³⁴ Anlage 2, Sendungskonzept

³⁵ vgl. Snickars, Vonderau, 2009: 9ff

³⁶ Snickars, Vonderau, 2009: 9ff

*Betriebssystem für alle Internetnutzer zugänglich*³⁷ ist.

Laut Informationen von STATISTA³⁸ und YOUTUBE³⁹ werden pro Minute mehr als 100 Stunden Videomaterial hochgeladen. So wurden allein in Deutschland im Jahr 2009 pro Tag eine Milliarde Videos angezeigt und die Zahl bis 2012 auf vier Milliarden Aufrufe gesteigert. Auch 2013 blieb der Wert auf dem hohen Niveau von vier Milliarden Aufrufen erhalten.⁴⁰ Mit 34 Millionen unterschiedlichen Besuchern im März 2012 ist YouTube mit Abstand das erfolgreichste Videoportal in Deutschland, gefolgt von MyVideo.de, welches jedoch gerade einmal 5,6 Millionen unterschiedliche Besucher aufweist.⁴¹

Für das Anschauen von Videos bedarf es keiner Registrierung, lediglich Nutzer, die Videos hochladen, müssen sich registrieren und erhalten dann einen eigenen Kanal.⁴² Der Kanal ist dabei wie *„eine Seite mit dem eigenen Nutzerprofil.“*⁴³ Auf dem dabei *„alle öffentlichen Videos eines Nutzers zu sehen“*⁴⁴ sind. Die SharePoint Sendung wird dabei über den Kanal der SharePointCommunity hochgeladen und veröffentlicht. Michael Greth, verantwortlich für den Kanal, publizierte bereits fast 150 Videos, welche teilweise Klickzahlen bis zu 3900 Klicks aufweisen.⁴⁵ Die SharePoint Sendung wird dabei im Schnitt über 1290-mal angeklickt. Die meist geklickte Sendung ist nach aktuellem Stand mit 1697 Aufrufen die zweite Sendung mit dem Thema *„Office 365“*.⁴⁶

³⁷ Kempf, 2008: 8

³⁸ Statista A, 2013

³⁹ YouTube, Statistiken, 2014

⁴⁰ Statista B, 2013

⁴¹ Statista, 2012

⁴² Kempf, 2008: 6

⁴³ Kempf, 2008, 24

⁴⁴ Kempf, 2008, 24

⁴⁵ YouTube, SharePointCommunity, 2014

⁴⁶ YouTube, SharePoint Sendung, 2014

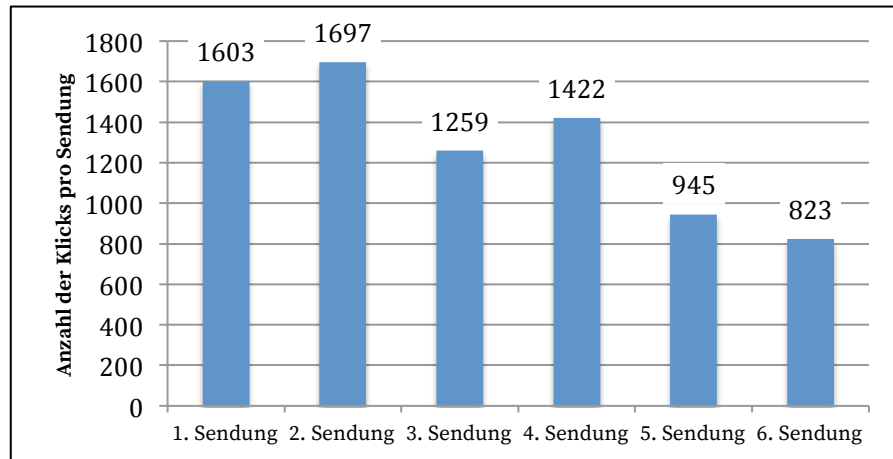


Abbildung 1 Anzahl der Sendungsaufrufe in Klickzahlen nach Sendung sortiert
(Stand: 20.06.14 15:12Uhr)

Die geringeren Klickzahlen der aktuelleren Sendungen lassen sich durch das Verhältnis der Aufrufe erklären. Hierbei ist zu beachten, dass die Klickzahlen nicht wie bei einer negativen Exponentialverteilung, anfänglich auf sehr hohem Niveau und stetig abnehmend, verteilt sind, sondern die Sendungen eher konstant mit kurzen zeitlichen Ausbrüchen geklickt werden. Dadurch sind in etwa gleiche Aufrufzahlen der Sendungen einschätzbar.

Zwar werden die Sendungen auf der Videoplattform YouTube veröffentlicht, sind aber u.a. auch über die eigene Webseite der SharePoint Sendung abrufbar.⁴⁷ Darüber hinaus werden Neuigkeiten rund um die SharePoint Sendungen auch in den unterschiedlichen sozialen Netzwerken, wie Facebook⁴⁸ oder der SharePointCommunity⁴⁹ veröffentlicht, um so den Bekanntheitsgrad der Sendung zu maximieren.

2.4 Zielgruppe

Die SharePoint Sendung richtet sich hauptsächlich an „*internetaffine Intranet-Projektverantwortliche, die keine SharePoint-Experten sind.*“⁵⁰ Spezifischer aufgeschlüsselt ergibt sich so eine Gruppe von Leitenden Angestellten und Projektverantwortlichen, aber auch IT-Verantwortliche wie Unternehmens Administratoren oder Kommunikationsverantwortliche. Darüber hinaus sollen auch Mitarbeiter der Personalabteilung sowie Betriebsräte durch die Sendung informiert werden.⁵¹ Grundsätzlich richtet sich die Sendung auch an alle Internetnutzer bzw. SharePoint-interessierte mit erhöhtem Kenntnissen und Fähigkeiten.

⁴⁷ Die SharePoint Sendung, 2014

⁴⁸ Facebook Intranet Babett, 2014

⁴⁹ SharePointCommunity, 2014

⁵⁰ Anlage 2, Sendungskonzept

⁵¹ Anlage 2, Sendungskonzept

3 Voraussetzung zur Sendungsanalyse

Eine Sendungsanalyse will die „*ästhetischen Strukturen von [...] Fernsehsendungen und Videos Einsichten und Erkenntnisse sprachlich formulieren, um sie auf diese Weise bewusst zu machen.*“⁵² Dabei stößt die Analyse auf differenzierteste Probleme. So erfolgt die Analyse immer aus einer bestimmten Perspektive und zu meist auch in einem Verwendungszusammenhang, welcher nicht immer wissenschaftlicher Art sein muss.⁵³ Diese Arbeit soll beispielsweise das Optimierungspotenzial der Sendung aufweisen, schlussfolgernd wird auch die Analyse immer durch diese Perspektive beeinträchtigt. Eine weitere Beeinträchtigung liegt im Rezipieren der Sendung selbst.⁵⁴ So ist eine deutlich veränderte Wahrnehmung erkennbar, je nachdem ob die Sendung während der Arbeit bzw. zu Hause, als ganze Sendung oder lediglich einzelne Videos betrachtet werden. Hierbei spielt die Ablenkung eine entscheidende Rolle, welche bei der Analyse nicht vorhanden sein sollte. Darüber hinaus kann eine Analyse die Sendung mit sprachlichen Darstellungen und Interpretation nur annäherungsweise herstellen.⁵⁵ Zu beachten ist auch, dass „*in dieser »Versprachlichung« auch eine Destruktion der sinnlichen Gesamtgestalt des Films, die gerade in Zusammenspiel der verschiedenen, gerade auch nichtsprachlichen Mitteilungsebenen des Films ihren besonderen ästhetischen Ausdruck findet*“⁵⁶ liegt. HICKETHIER⁵⁷ beschreibt die Analyse deshalb immer als sekundären Text, da die Sendung bzw. deren Videos als eine Art Primärtext gelten. Im Zentrum der Analyse stehen hierbei „*die Abfolge von Einzelbildern, die in ihrer chronologischen, linearen Reihung das Wesen von Film und Fernsehen ausmachen*“⁵⁸. Gegenstand der Untersuchung sind die visuellen, auditiven und narrativen Merkmale der Sendung. Dabei zählen zu der visuellen Analyse die Beschreibung des filmischen Bildes sowie der Bildraum, in der die Architektur sowie die Einstellung des Bildes und die Lichtgestaltung hineinspielen. In der auditiven Analyse sollen der Ton und auch die Sprache in der Sendung untersucht werden. In der narrativen Analyse werden die Erzählstrategien, aber auch der Schnitt und die Montage der Einstellungen genauer erforscht.

⁵² Hickethier, 2007: 25

⁵³ Mikos, 2003: 37

⁵⁴ Mikos, 2003: 19ff

⁵⁵ vgl. Hickethier, 2007: 26

⁵⁶ Mikos, 2003: 37

⁵⁷ vgl. Mikos, 2003: 37

⁵⁸ Hickethier, 2007: 38

Zuzüglich soll in die Sendungsanalyse die empirische Studie zur SharePoint Sendung mit einfließen, die das Optimierungspotenzial und auch die Stärken der Sendung aufzeigen kann.

4 Elemente der visuellen Analyse

In der visuellen Analyse sollen alle Aspekte der Sharepoint Sendung untersucht werden, welche sich auf das Bild beziehen, dazu gehören das Format, Einstellungsgrößen, Komposition, die Beschreibung des filmischen Bildes und der Bildraum. Hierzu wurde eine Bildanalyse der fünften und sechsten SharePoint Sendung vorgenommen, welche im Anhang angefügt wurde. Darüber hinaus dienen die Aufzählung und Erläuterungen der einzelnen Elemente auch der Organisation und den Auftraggebern dieser Arbeit, um die wichtigen filmischen Elemente einer Sendung aufzuzeigen.

4.1 Einstellungsgrößen

Die Einstellung bildet die kleinste Einheit beim Film.⁵⁹ Der Bildausschnitt, bekannter als Einstellungsgröße, bildet dabei die Identifikation der Einstellung die gezeigt wird.⁶⁰ Die hierbei festgelegte Nähe und Distanz der Kamera zum abgebildeten Geschehen bestimmt dabei gleichermaßen auch die Nähe und Distanz welche der Rezipient zum Geschehen entwickeln kann.⁶¹ Die unterschiedlichen Einstellungen dienen hierbei auch zur Steuerung der Aufmerksamkeit des Zuschauers. Dabei orientieren sich die Einstellungsgrößen an der menschlichen Figur, können jedoch für andere Objekte und Motive übertragen werden und haben dabei immer die Funktion die bestimmende Aktion im Bild zur optimalen Übermittlung festzuhalten.⁶² Die acht wichtigsten und am häufigsten genutzten Einstellungsgrößen sind dabei die Super-Totale, auch als Panorama oder Weit bezeichnet, die Totale, Halbtotale, Amerikanische, Halbnahe, Nahe, Große und die Detailsinstellung.⁶³ Diese Einteilung der unterschiedlichen Einstellungsgrößen kann dabei auch als Stufen der Konzentration im Zusammenhang zu dem jeweiligen abgebildeten Objekt verstanden werden. Folgend sollen die acht verschiedenen Größen jeweils kurz erläutert werden.

Super-Totale oder Weit

Die Einstellungsgröße „*zeigt eine Landschaft in ihrer ganzen flächigen Ausdehnung, um den Zuschauern einen Überblick zu verschaffen.*“⁶⁴ Die Super-Totale wird meistens als orientierungsgebende Einstellung verwendet um den Zuschauer einen Überblick über

⁵⁹ vgl. Bawden, 1978: 171

⁶⁰ vgl. Bawden, 1978: 172

⁶¹ vgl. Mikos, 2003: 184

⁶² vgl. Schleicher, 2005: 18

⁶³ vgl. Mikos, 2003: 185

⁶⁴ Mikos, 2003: 185

den Schauplatz, Tageszeit, Wettersituation und Stimmung der Handlung zu geben.⁶⁵ Die handelnden Figuren sind dabei nur schwer oder gar nicht zu erkennen. Aus diesem Grund eignet sie sich als Bild zur Einführung in ein neues Kapitel bzw. Beginn eines neuen Abschnittes oder als Endbild.^{66 67}

Totale

Wie die Super-Totale dient auch die Einstellung Totale als Überblick über den Schauplatz. Der Protagonist oder die Figuren spielen zwar in der Totalen eine untergeordnete Rolle, sind aber im Vergleich zur Super-Totalen erkennbar. Dabei werden in dieser Einstellung alle Akteure und Elemente gezeigt, welche der Rezipient für die folgende Aktion kennen muss und dient dabei gleichzeitig als Rahmen für die kommende Handlung.⁶⁸ Während die Super-Totale eher selten im Fernsehen genutzt wird, findet die Totale hierbei zur Einleitung in den Beitrag oft Verwendung.⁶⁹

Halbtotale

Die Halbtotale gilt sowohl im Film als auch im Fernsehen als grundlegendste Einstellungsart, bei der die Beziehungen zwischen den handelnden Personen und der Umgebung aufgezeigt werden. Durch diese Nähe wird die Bindung des Zuschauers zum Geschehen vergrößert und durch das eingeeengte Blickfeld die distanzierte Beobachtung der Kamera und die damit einhergehende Betrachtung des Rezipienten gelöst.⁷⁰ Optisch werden Personen zwar noch von Kopf bis Fuß in voller Größe gezeigt. Im Vergleich zu den vorherigen Einstellungen sind aber bspw. Gesichtszüge schon deutlich zu erkennen.⁷¹

Amerikanische

Die Amerikanische Einstellung hat sich aus den amerikanischen Westernfilmen entwickelt und zeigt hierbei die Personen vom Kopf bis unterhalb des Gürtels. Die dadurch zurücktretende Bedeutung des Hintergrundes ermöglicht eine Konzentration

⁶⁵ vgl. Schleicher, 2005: 18

⁶⁶ vgl. Mikos, 2003: 185

⁶⁷ vgl. Schleicher, 2005: 18

⁶⁸ vgl. Hickethier, 2007: 55

⁶⁹ vgl. Werner, 2009: 85ff

⁷⁰ vgl. Schleicher, 2005: 19

⁷¹ vgl. Hickethier, 2007: 55

auf die Beteiligten und zeigt in den Westernfilmen nicht nur das angespannte Gesicht, sondern auch die zum Revolver greifende Hand.^{72 73}

Halbnah

Die Halbnahe Einstellung stellt die Situative in den Vordergrund und zeigt dabei die handelnden Personen von der Hüfte aufwärts. Das dadurch entstandene Hauptaugenmerk auf den Oberkörper und das Gesicht der Personen bilden den Handlungsraum.⁷⁴ Im Fernsehen wird diese Einstellung oft für Interviewsituationen verwendet. Das hauptsächlich zwei oder auch mehreren Personen zeigende Bild, lässt dabei noch einen Eindruck der direkten Umgebung erahnen. Die Präferenz des Bildes liegt jedoch im Austausch von Informationen und nicht in den Gefühlsregungen der Personen.⁷⁵

Nah

Bei der Naheinstellung wird von der Kamera ein Drittel der Körpergröße aufgenommen, Mimische und gestische Elemente der Personen stehen hierbei im Vordergrund.^{76 77} Die Nahe Einstellung wird gerne bei Interviews und bei in einer Runde sitzender Personen verwendet, da sie die Blicke der Figuren einfängt und dem Zuschauer so die Möglichkeit auf Schlüsse für den Fortgang der Handlung gewährt.⁷⁸ Die dadurch resultierenden subjektiven und emotionalen Qualitäten werden durch das Verlassen der neutralen Position durch die Kamera und dem damit verbundene Zuschauerblick ermöglicht.⁷⁹

Groß

Die Großeinstellung konzentriert sich auf einen kleinen Ausschnitt, beispielsweise das Gesicht. Durch die bildfüllende Ablichtung verschwindet der Hintergrund komplett und ermöglicht kleinste Regungen zu erfassen. Oftmals wird diese Einstellung, in der der Blick des Zuschauers stark gelenkt wird, zur verdeutlichten Charakterisierung, aber auch zur Identifikation mit der handelnden Person genutzt.⁸⁰

⁷² vgl. Hickethier, 2007: 55

⁷³ vgl. Schleicher, 2005: 20

⁷⁴ vgl. Hickethier, 2007: 56

⁷⁵ vgl. Mikos, 2003: 187

⁷⁶ vgl. Schleicher, 2005: 20

⁷⁷ vgl. Hickethier, 2007: 56

⁷⁸ vgl. Mikos, 2003: 187 ff

⁷⁹ vgl. Schleicher, 2005: 20

⁸⁰ vgl. Hickethier, 2007: 56 und vgl. Schleicher, 2005: 20 ff

Detailaufnahme

Die quantitativ selten genutzte Detailaufnahme ist eine extreme Einstellung, bei der ein kleiner Ausschnitt der Gesichtspartie oder eines Motivs bildfüllend gezeigt wird. Die Umgebung ist dabei völlig verschwunden, um die Konzentration des Zuschauers vollständig auf das Abgebildete zu lenken.^{81 82}

4.2 Perspektive

Die Perspektive ist der Blickwinkel bzw. die Betrachtungsweise, die sich von einem bestimmten Standpunkt aus ergeben.⁸³ Während die Einstellungsgröße die Nähe bzw. die Distanz zwischen der Kamera und den Protagonisten regelt, bestimmt die Perspektive den Standpunkt der Kamera und dem damit verbunden Blick der Rezipienten auf das Geschehen. Hierbei wird zwischen einem vertikal und einem horizontal verändernden Blick unterschieden. In der Regel wird zwischen der Übersicht bzw. im Extremen der Vogelperspektive, der Untersicht und der Normalsicht differenziert.⁸⁴ Die Übersicht dient, wie die Totale und Supertotale, meist als orientierungsgebende Perspektive. Dabei blickt die Kamera aus einer erhöhten Position auf das Geschehen hinab. *„Mit dieser Sicht auf einen Ort wird nicht nur das Wissen der Zuschauer über dieses Mittel der Filmgestaltung aktiviert, sondern auch das Wissen über den Ort selbst, das möglicherweise in der Folge noch eine Rolle spielen wird.“*⁸⁵ Von Untersicht spricht man, wenn der Horizont der Bildebene sehr tief liegt.⁸⁶ Anders als bei der Übersicht lässt die Untersicht das Geschehen mächtiger bzw. bedeutender wirken.⁸⁷ Die Normalansicht zeigt dagegen das Geschehen auf Augenhöhe. Verwendet wird diese beispielsweise beim gegenüberstehenden Dialog.⁸⁸

4.3 Kamerabewegung

Ein weiterer wichtiger Punkt in der visuellen Analyse sind die Kamerabewegungen. Auch diese haben neben den oben genannten Punkten eine narrative Funktion und werden dabei in die vier Bewegungsarten Schwenk, Kamerafahrt, Handkamera und Zoom unterschieden.⁸⁹ So kann sich bei der filmischen Erzählung die Kamera nicht nur um die

⁸¹ vgl. Mikos, 2003: 188 ff

⁸² vgl. Schleicher, 2005: 21

⁸³ vgl. Zwahr, 2003: 5638

⁸⁴ vgl. Mikos, 2003: 190

⁸⁵ Mikos, 2003: 190

⁸⁶ vgl. Zwahr, 2003: 5638

⁸⁷ vgl. Mikos, 2003: 191

⁸⁸ vgl. Mikos, 2003: 192

⁸⁹ vgl. Mikos, 2003: 193

drei Achsen bewegen, sondern durch eine Fahrt auch von einem zu einem anderen Punkt.⁹⁰

Schwenk

Der Schwenk ist die Kamerabewegung, bei der die Kamera auf einen unveränderten Standpunkt um eine bestimmte Achse (vertikal, horizontal, diagonal) bewegt wird. Die daraus resultierende Ausschnittsverschiebung „*erweitert damit den Bildraum um das bis dahin Nichtgezeigte, aber zum Geschehen Dazugehörende.*“⁹¹ Gelegentlich wird zwischen dem Schwenk als waagerecht gerichtete Bewegung und der Neigung als senkrecht gerichtete Bewegung differenziert. Der Schwenk wird, beispielsweise bei Sportereignissen wie Fußball, für das Verfolgen von bewegten Objekten und dem Vorstellen eines Raumes verwendet, wodurch dem Rezipienten ein Überblick verschafft wird. Darüber hinaus eignet sich diese Kamerabewegung zum gezielten Lenken des Zuschauerblickes, aber auch, ohne Einsatz eines Schnitts, um Interessensschwerpunkte zu verbinden.⁹² Auch für den Schnitt ist der Schwenk ein wichtiges Mittel, so können z.B. mehrere Schwenks zusammengesetzt werden, um so eine scheinbare Kreisbewegung zu erhalten.⁹³

Ebenfalls zur Gattung Schwenk gehört das Rollen, wo durch eine Drehbewegung in der Bildachse die Lage des Motivs innerhalb dieser verändert wird. Anders als der Schwenk, welcher als Mittel sehr häufig eingesetzt wird, kommen Neigung und vor allem das Rollen nur selten vor.⁹⁴

Kamerafahrt

Die Kamerafahrt bezeichnet eine Positionsveränderung der Kamera in waagerechter Richtung.⁹⁵ Durch diese Fahrt wird eine physische Bewegung in der Szene entwickelt, welche durch die Verlagerung der räumlichen Beziehungen zwischen den Gegenständen hervorgerufen wird.⁹⁶ „*Durch die sich ständig ändernde Perspektive gewinnt das Motiv an Plastizität.*“⁹⁷ Sie dient dabei oft dazu Objekte, trotz deren Bewegungen, im Bild zu halten aber auch um beispielsweise Personen entgegen zu kommen, ihrer Verfolgung oder dem Zurückweichen vor auf die Kamera gerichtete Objektbewegungen.

⁹⁰ vgl. Monaco, 2000: 206

⁹¹ Hickethier, 2007: 60

⁹² vgl. Schleicher, 2005: 32

⁹³ vgl. Hickethier, 2007: 60

⁹⁴ vgl. Schleicher, 2005: 34

⁹⁵ vgl. Schleicher, 2005: 34

⁹⁶ vgl. Monaco, 2000: 206

⁹⁷ Schleicher, 2005: 34

Kamerafahrten können durch unterschiedlichste Fortbewegungsmittel, wie Dolly, Auto, Hubschrauber oder Kran, aber auch mit einem Rollstuhl oder aus der Hand durchgeführt werden.^{98 99} Abhängig von der Geschwindigkeit kann eine Kamerafahrt die Dynamik des Films unterstützen. Es lassen sich auch wie beim Schwenk Interessenzentren verbinden, die Aufmerksamkeit des Zuschauers steuern, sowie der Stellenwert einer Person Neubestimmen.¹⁰⁰

Zoom

Im Gegensatz zur Fahrt ändert sich die Position der Kamera bei Zoom nicht und ist aus diesem Grund in der Umsetzung um einiges einfacher und ökonomischer. Beim Zoom wird versucht eine Ran- oder Rückfahrt durch die Bewegung der Linsen im Objektiv¹⁰¹ und der damit verbundenen Brennweitenveränderung, nachzuahmen.^{102 103} Durch die Fixierung der Kamera an einem Ort „*bleiben die Beziehungen zwischen Objekten auf verschiedenen Ebenen des Bildes die Gleichen und man hat nicht das Gefühl in die Szene einzutreten.*“¹⁰⁴ Gerade im Fernsehen findet der Zoom durch seine Einfachheit oft Verwendung, da der Unterschied zwischen einem Zoom und einer aufwendig hergestellten Fahrt nur versierten Zuschauern auffällt.¹⁰⁵

Handkamera

Anders als bei den vorangegangenen Bewegungen wird die Kamera bei dieser Bewegung nicht auf einem beweglichen Gefährt befestigt, sondern von den Kameralenten getragen. Die Handkamera, auch als subjektive Kamera bezeichnet, vermittelt durch die dadurch entstehenden leicht verwackelten Bilder mit oft verzerrten und hektischen Bewegungen eine besondere Dynamik und lässt damit den Zuschauer näher an die eigene Betrachtungsposition im Film heran.^{106 107}

⁹⁸ vgl. Hickethier, 2007: 60

⁹⁹ vgl. Schleicher, 2005: 35

¹⁰⁰ vgl. Schleicher, 2005: 35

¹⁰¹ vgl. Hickethier, 2007: 60

¹⁰² vgl. Monaco, 2000: 206

¹⁰³ vgl. Hickethier, 2007: 60

¹⁰⁴ Monaco, 2000: 206

¹⁰⁵ vgl. Hickethier, 2007: 60

¹⁰⁶ vgl. Hickethier, 2007: 60

¹⁰⁷ vgl. Mikos, 2003: 194

4.4 Komposition

Die Bildkomposition vereinigt die Elemente der Proportion, Perspektive, Fläche, Farbe und Licht und setzt diese in eine erkennbare Gesetzmäßigkeit des Ganzen.¹⁰⁸ „Die Begrenzung des Bildfeldes strukturiert das Bildfeld, indem es alle Teile zueinander in Beziehung setzt.“¹⁰⁹ Dabei ist die optische Mitte beispielsweise nicht die grafische Mitte (Schnittpunkt der Bilddiagonalen), sondern liegt leicht über dieser. Dinge die in der Bildmitte angeordnet werden, werden vom Rezipienten gewichteter wahrgenommen als jene Dinge, die außerhalb angeordnet und somit als randständig gesehen werden.¹¹⁰ Schräg durch das Bild verlaufende Linien werden immer als Bewegung wahrgenommen, von links oben nach rechts unten als Abwärts- und von links unten nach rechts oben als Aufwärtsbewegung. Bei dieser suggerierten Bewegung spricht man vom Kompositionseffekt.¹¹¹ „Die intuitiv erfassbare Übereinstimmung aller Teile der Erscheinung“¹¹² bezeichnet man als Harmonie. Im filmischen Bereich spricht man hierbei von der harmonischen Anordnung der Elemente für die Herstellung einer Balance. Dazu werden nicht nur symmetrische oder konzentrische Anordnungen, sondern auch in der Bildfläche unterschiedlich angeordnete Formen verwendet.¹¹³

4.5 Architektur

Die „Überlagerung der Formen, der Größendifferenzen im Abgebildeten, der perspektivischen Verkürzungen und der farbräumlichen Wirkung erzeugen zusammen die Illusion eines homogenen Bildraums.“¹¹⁴ Diese Illusion ist als Ziel der Architektur im Film zu definieren. Bei der SharePoint Sendung wird der illusionierte Raum, ab der zweiten Sendung, durch die Verwendung eines virtuellen Studios generiert.¹¹⁵ Lediglich die erste Sendung wurde vor einer real existierenden Kulisse aufgenommen.¹¹⁶ Beim virtuellen Studio wird ein blau oder immer häufiger grün eingefärbter Hintergrund als Integration für computergenerierte Inhalte genutzt. Dabei war in den letzten Jahren ein deutlicher Anstieg der virtuellen Studios zu beobachten, welche mittlerweile einen

¹⁰⁸ vgl. Zwahr, 2003: 3885

¹⁰⁹ Hickethier, 2007: 48

¹¹⁰ vgl. Hickethier, 2007: 48

¹¹¹ vgl. Hickethier, 2007: 49

¹¹² Zwahr, 2003: 2907

¹¹³ vgl. Hickethier, 2007: 49

¹¹⁴ Hickethier, 2007: 67

¹¹⁵ YouTube, SPS02, 2013

¹¹⁶ YouTube, SPS01, 2013

festen Bestandteil in der Fernsehlandschaft haben.¹¹⁷ Wie unter dem Punkt der Optimierungsfaktoren folgend noch genauer erläutert wird, besitzt die SharePoint Sendung kein klares Studiodesign, sondern wechselt während der Moderationen auch den gesamten Hintergrund durch ein Bild oder ggf. gegen eine Videoaufnahme aus.¹¹⁸



Abbildung 2 Vergleich Studio (Greenscreen) und animierter Sendungshintergrund

4.6 Licht

Das Licht wird oft als wichtigstes Hilfsmittel verstanden, „um die Bedeutung von *Form, Linie, Farbe und ihren versteckten Dominanten zu verändern*.“¹¹⁹ Dabei dienen Licht und Schatten als Bedingung, für die Wahrnehmung des Rezipienten, für die Anordnung und die Eigenschaften der Dinge im gezeigten Raum.¹²⁰ Hierbei unterscheidet man die drei Stile Normalstil, Low Key und High Key.

„Beim Normalstil wird die Szene so ausgeleuchtet, dass alle Details deutlich zu erkennen sind“¹²¹ und eine Trennung zwischen Vorder- und Hintergrund erkennbar wird. Eine gleichmäßige Ausleuchtung ist demnach für den Normalstil charakteristisch.¹²²

Der Low Key Stil wird durch überdurchschnittlich dunkle Bilder und „wenig oder überhaupt nicht durchgezeichnete Schattenflächen“¹²³ bezeichnet. Im Gegensatz dazu steht der High-Key-Stil, welcher durch ein helles Bild mit lichten Tonwerten und einer Vielzahl von Elementen mit einem hohen Reflexionsgrad charakterisiert wird.¹²⁴ Die Summe der Lichttechniken und Stile bilden die Eigenschaften der Szenerie. Die dadurch „entstandene Atmosphäre wird zum Charakter und zur Eigenschaft des Raums.“¹²⁵

Folgend sollen die sechs Kategorien des Lichts kurz erläutert werden.

¹¹⁷ Todtenhaupt, 2000, 43

¹¹⁸ YouTube, SPS05, 2014, Minute: 1:14

¹¹⁹ Monaco, 2000: 199

¹²⁰ vgl. Schleicher, 2005: 70

¹²¹ Hickethier, 2007: 76

¹²² Kandorfer, 2003: 229

¹²³ Kandorfer, 2003: 230

¹²⁴ vgl. Kandorfer, 2003: 232

¹²⁵ Hickethier, 2007: 78

Tageslicht und Kunstlicht

Das Sonnenlicht als wirkliches Licht wird als Tageslicht bezeichnet. Da es sich aber durch die Rotation der Erde ständig verändert und dadurch schwer kalkulierbar ist wird im Film oft das durch Lampenerzeugte Kunstlicht verwendet, welches sich aber in der Gestaltung am Tageslicht bzw. am Lichteinfall in Räumen orientiert.¹²⁶

Vorderlicht, Gegenlicht, Seitenlicht

Die Lichtgestaltung bietet eine Vielzahl von Techniken, welche alle eine Anzahl von Vor- und Nachteilen auf weisen. So leuchtet zwar das Vorderlicht den abzubildenden Gegenstand gut aus, da aber das Vorderlicht in einer Linie mit der Blickachse der Kamera ist, kann diese keinen Schatten erkennen. Das auf die Kamera gerichtete Gegenlicht ist durch seine blendende Wirkung ebenfalls nur begrenzt nutzbar, wie auch das Seitenlicht, bei dem lediglich nur die Hälfte des Gegenstandes ausgeleuchtet wird.¹²⁷ Wichtig ist eine passende Kombination der Lichter. Ist bspw. das Vorderlicht zu präsent lässt es den Gegenstand flach wirken. Allein zwar schwer zu nutzen, kann aber z.B. ein Seitenlicht in Kombination der Lichter Konturen und Strukturen der Objekte betonen.¹²⁸

Haupt- und Fülllicht

Das Hauptlicht, auch als Führungslicht bezeichnet, dient als primäre Ausleuchtungsquelle des Objekts. „Für die gestalterischen Absichten [...] bringt das Führungslicht die Zeichnung des Volumens, die Darstellung der Formen des Objektes und das Erkennen der Oberfläche.“¹²⁹ Um die Vorteile des Vorder- und Seitenlicht zu verbinden und um gleichzeitig die Nachteile auszuloten, wird dieses in einem 45° Winkel zur Kamera-Objektachse ausgerichtet. Und dient somit der Aufhellung des Beleuchtungsschattens.¹³⁰

Akzentlicht

Unter dem Begriff Akzentlicht werden verschiedene individuell einsetzbare Lichttechniken, wie bspw. das Augenlicht, welches für den Glanzeffekt in den Augen sorgt, zusammengefasst.¹³¹ ¹³² Aber auch die definierbare Lichtquelle des

¹²⁶ vgl. Hickethier, 2007: 77

¹²⁷ vgl. Hickethier, 2007: 77

¹²⁸ vgl. Kandorfer, 2003: 239

¹²⁹ Schleicher, 2005: 89

¹³⁰ vgl. Monaco, 2000: 197

¹³¹ vgl. Hickethier, 2007: 78

¹³² vgl. Kandorfer, 2003: 239

Dekorationslichts, das Kleidungslicht und andere nicht klar definierbare Beleuchtungstechniken lassen sich unter dem Begriff Akzentlicht kategorisieren.¹³³

4.7 Schnitt und Montage

WUSS¹³⁴ beschreibt den Schnitt als „*daß entscheidende Mittel [...], nicht in der Schaffung einzelner Einstellungen, sondern in deren Komposition*“ liegt die Kunst des Filmschnitts und bezieht sich dabei auf ein Zitat des russischen Regisseurs Lew KULESCHOW¹³⁵ der meinte: „*Für den Eindruck ist in der Hauptsache nicht das wichtig, was im gegebenen Stück aufgenommen ist, als vielmehr, wie im Film ein Stück das andere ablöst.*“ Dabei ist im Schnitt darauf achtzugeben, dass die einzelnen Einstellungen „*zu einem sinnhaften Ganzen zusammengefügt werden.*“¹³⁶ Weiter wird der Schnitt als wesentlichste Grundlage des Films und der Fernsehsendung beschrieben, bei der durch die Zusammenstellung nicht nur die Chronologie von Bewegungen überwunden, sondern auch dem Rezipienten eine bestimmte Lesart des Films gegeben wird.¹³⁷ Dabei folgt der Schnitt festen Regeln, Mustern und Arten.

Regeln

Zu den Regeln zählt das 180°-Schema, welches festlegt, dass der Handlungsspielraum für den Rezipienten auf eine Handlungsachse, ähnlich der Aufteilung im Theater mit Bühne und Zuschauerraum, reguliert wird. Die Regel ordnet die Kamerapositionen so, dass der Zuschauer eine räumliche Einheit aufbauen kann, ohne dass eine irritierende Umkehr der Personen gezeigt wird.¹³⁸ Hierfür verbleiben die relativen Positionen konsequent im festgelegten Rahmen.¹³⁹ Ein weitere Regel ist die 30°-Regel welche besagt, „*dass sich die Kameraposition einer Einstellung mit ihrer Perspektive zur vorherigen [...] um mindestens 30° unterscheiden muss.*“¹⁴⁰ Leichte Unterschiede der hintereinander geschnittenen Einstellungen lassen Bilder oft springen, daher sind deutliche Unterschiede wichtig, da sie den Schnitt verdeutlichen und so leichter vom Zuschauer verarbeitet werden können.¹⁴¹

Als dritte Regel gilt das Kontinuitätsprinzip, welches besagt, dass eine Szene zwar aus Schnitten besteht, diese aber „*nach der Logik, des Geschehens, unaufdringlich*

¹³³ vgl. Kandorfer, 2003: 236ff

¹³⁴ Wuss, 1990: 86

¹³⁵ Wuss, 1990: 86

¹³⁶ Mikos, 2003: 206

¹³⁷ vgl. Mikos, 2003: 206

¹³⁸ vgl. Schleicher, 2005: 170

¹³⁹ vgl. Bordwell-Thompson, 2010: 236

¹⁴⁰ Schleicher, 2005: 172

¹⁴¹ vgl. Streich, 2012: 105

funktional und daher sehr transparent“¹⁴² aneinander geordnet werden sollen. „*Typisch für diese Art der Montage ist die hohe Schnitthäufigkeit [...] mit entsprechender Aspektverlagerung, einer ständigen Anpassung an das sich wandelnde Geschehen (...)*.“¹⁴³

Schnittarten

Der harte Schnitt, die Auf- oder Abblende, die Überblendung und die Trickblende bilden die vier Grundschnittarten. Dabei werden beim harten Schnitt die unterschiedlichen Einstellungen ohne Einsatz von Effekten aneinander geschnitten und lediglich auf die Kontinuität und die bestehende Verbindung der Bilder gesetzt.¹⁴⁴ Paradox wirkender Weise, soll der harte Schnitt „*weich und möglichst unsichtbar erscheinen*“¹⁴⁵. Dies gelingt, da der Rezipient den harten Schnitt oft nicht bemerkt, im Gegensatz zu den folgenden Schnittarten, die als deutliche Unterbrechung bewusst wahrgenommen werden.¹⁴⁶ Bei der Überblendung wird die bestehende Einstellung von der nächsten in leichter Transparenz überlagert und durch die Verringerung dieser schließlich durch das neue Bild ersetzt.¹⁴⁷ Anders als beim harten Schnitt und der Überblendung wechselt bei der Auf- und Abblende das bestehende Bild nicht in eine neue Einstellung, sondern wird bei der Aufblende immer heller bis es fast weiß ist. Bei der Abblende hingegen wird das Bild stetig dunkler bis es fast schwarz ist.¹⁴⁸ Bei der Trickblende wird mit technischen Möglichkeiten die vorherige Einstellung ersetzt. Dies kann bspw. durch eine Art Wischen oder durch das digitale Verschieben und Auswechseln der Bilder geschehen.¹⁴⁹

¹⁴² Brinckmann, 1997: 288

¹⁴³ ebenda

¹⁴⁴ vgl. Mikos, 2003: 211

¹⁴⁵ Mikos, 2003: 213

¹⁴⁶ vgl. Mikos, 2003: 213

¹⁴⁷ ebenda

¹⁴⁸ ebenda

¹⁴⁹ ebenda

5 Elemente der auditiven Analyse

Unter dem Begriff Ton, auch als Sound beschrieben, werden die Kategorien Sprache, Geräusche und Musik zusammengefasst.¹⁵⁰ LENSING¹⁵¹ erweitert die Kategorien noch um die Gruppe der Effekte und Atmos, welche folgend jedoch unter den Begriff der Geräusche zusammengefasst werden, da eine weitere Unterteilung für die SharePoint Sendung nicht von Nöten ist. Die Summe der o.g. Kategorien werden beim Hören lokalisiert und „mit Positionen in unserem Wahrnehmungsraum verbunden“¹⁵². Dabei wird eine „spezifisch filmische Bedeutungskonstitution als einen Austausch zwischen Bild und Ton“¹⁵³ interpretiert. Die akustische Wahrnehmung unterstützt und verhilft der visuellen Wahrnehmung zur Schaffung einer räumlichen Illusion.¹⁵⁴ Dabei wird sowohl beim Synchronismus, wenn die Bild-Ton-Einheit „sowohl auf der Leinwand als auch in der Natur existiert“¹⁵⁵, als auch beim Asynchronismus, wo die Bild-Ton-Einheit in der Realität nicht gleichzeitig vorkommt, im Film eine Einheit gebildet.¹⁵⁶ Diese wird jedoch komplett unterschiedlich konsumiert, da der visuelle Kanal, durch die Steuerung der Aufmerksamkeit betrachtet, der Ton jedoch im Gegensatz dazu permanent anwesend und auch örtlich allgegenwärtig, auf eine komplett ungleiche Art wahrgenommen wird.¹⁵⁷

Sprache

Die Sprache bildet das primäre Informationsmedium für die Erklärung des Filmplots und findet weitestgehend in Dialogen und Monologen der Protagonisten statt.¹⁵⁸ Dabei ist die menschliche Stimme „nie nur reine semantische Sprachinformation, sondern immer auch konnotiert mit Emotion, Assoziation, Untertönen oder sozialer Zuordnung durch Akzent, Dialekt oder Slang.“¹⁵⁹ Nicht nur in direkter Form als Dialog oder Monolog, sondern auch als indirekte sogenannte Off-Stimme findet die Sprache in Filmen häufig Gebrauch. Die Off-Stimme kann sowohl die anwesende Stimme sein, wenn die Figur noch nicht im Bild erschienen oder schon aus dem Bild gegangen ist.¹⁶⁰ Die dritte

¹⁵⁰ vgl. Kandorfer, 2003: 193

¹⁵¹ vgl. Schleicher, 2005: 117

¹⁵² Hickethier, 2007: 89

¹⁵³ Flückiger, 2002: 131

¹⁵⁴ vgl. Hickethier, 2007: 90

¹⁵⁵ Kandorfer, 2003: 198

¹⁵⁶ vgl. Kandorfer, 2003: 198

¹⁵⁷ vgl. Monaco, 2000: 215

¹⁵⁸ vgl. Schleicher, 2005: 118

¹⁵⁹ Schleicher, 2005: 117

¹⁶⁰ vgl. Schleicher, 2005: 118

Variante bildet die Voice-Over, welche als Erzählerstimme beschrieben werden kann,¹⁶¹ „die eine parallel zu sehenden Handlung quasi von außen, [...] kommentiert oder auch nur begleitet.[...] In jedem Fall weiß diese Stimme mehr als die im Bild handelnden Personen und die Zuschauer und ist damit zum jeweiligen Zeitpunkt mit dem »Allwissenden« gleichzusetzen.“¹⁶² Die Voice-Over in Fernsehbeiträgen sind die Regel, sie erklären das zu Sehende und liefern Hintergrundinformationen. Aktuell ist ein Wandel weg von Sprechern und hin zum selbstsprechenden bzw. selbstvertönenden Redakteur zu beobachten.¹⁶³

Musik

„Unter Filmmusik versteht man in der Regel Musik, die von außen zugesetzt wird und sich nicht aus dem Handlungszusammenhang ergibt.“¹⁶⁴ Hierbei bildet sie eine selbstständige Mitteilungsebene und dient zur Akzentuierung von gewichteten Bildern. Darüber hinaus kann sie die Handlung emotional verstärken und auf eine spezifische Weise darstellen.¹⁶⁵

Geräusche

Im Unterschied zur Sprache oder Musik wird die Geräuschkulisse eher als unbestimmt empfunden. Dabei ist zu beachten, dass durch den oftmals unharmonischen Aufbau und der geringen Anzahl an gut etablierten Geräuschen, diese, im Gegensatz zur Musik, oder Sprache, leichter untergehen und aus diesem Grund im Film oftmals visuell eingeführt werden müssen.¹⁶⁶ Auch in der Gruppe der Geräusche lassen sich Gruppierungen bilden. „Durch Menschen direkt verursachten Geräuschen, wie Schritte, Kleidungsgeräusche, Bewegungen [...]“¹⁶⁷ werden unter Klänge wie Atmos und Special Effects zusammengefasst. Als Atmos werden die für den jeweiligen Ort typischen Hintergrundgeräusche bezeichnet, welche an den Drehorten mehr oder weniger permanent zu hören sind.¹⁶⁸ Im Gegensatz dazu stehen die Special Effects, diese sind aus konkreten Klängen gemischte oder elektronisch synthetisierte künstliche Klänge, welche gerade in besonderen Situationen dem Film zugemischt werden.¹⁶⁹

¹⁶¹ vgl. Flückiger, 2002: 517

¹⁶² Schleicher, 2005: 118ff

¹⁶³ Werner, 2009: 129

¹⁶⁴ Schleicher, 2005: 119

¹⁶⁵ vgl. Hickethier, 2007: 94

¹⁶⁶ vgl. Flückiger, 2002: 136

¹⁶⁷ Schleicher, 2005: 122

¹⁶⁸ vgl. Schleicher, 2005: 122

¹⁶⁹ vgl. Schleicher, 2005: 122

6 Sendungsanalyse der SharePoint Sendung

Die Erarbeitung der Vorausgegangenen Punkte war wichtig, da für eine korrekte Analyse der SharePoint Sendung „*alle Komponenten oder Faktoren, die [...] eine Fernsehsendung ausmachen, untersucht werden müssen und zwar systematisch*“¹⁷⁰ Folgend sollen die fünfte und sechste Folge der SharePoint Sendung analysiert werden, da diese zum Zeitpunkt der Erarbeitung dieser Bachelorarbeit die aktuellsten (Stand 25. Juni 2014) sind und somit Anfangsschwierigkeiten und daraus resultierende Fehler minimiert werden konnten.

Zur Erarbeitung der Analyse wurde ein Sendungsprotokoll angelegt, welches in die einzelnen Schnitte der Sendung unterteilt ist und diese unter den Gesichtspunkten der Kameraeinstellungsgrößen und Bewegungen, dem Licht, der auditiven Faktoren, der Architektur und dem Schnitt untersucht wurden.

6.1 Grafische Elemente bzw. Design

Seit Beginn der Ausstrahlung der Sendungreihe besitzen alle Sendungen das gleiche Logo, an dem sich auch andere grafische Elemente orientieren. Das Logo wird hierbei von drei ineinandergreifenden Kreisen, zwei dunkelgrau und einer magentafarben, gebildet. Dabei ist zu beachten, dass das Logo je nach Gebrauch modifiziert wird. So werden bspw. bei dunklen Hintergründen die beiden dunklen Kreise weiß gefärbt. Darüber hinaus gibt es das Logo sowohl mit dem Schriftzug, aber auch bei manchen Sendungen während der Moderationen ohne Schriftzug, bei denen es als eine Art Sendelogo oben rechts im Bild eingeblendet wird.¹⁷¹ Steffi Gröscho, die Mitbegründerin und Produzentin der SharePoint Sendung, sieht im Logo die Vernetzung der Möglichkeiten der verbesserten Zusammenarbeit von Mitarbeitern, durch das Nutzen von Intranets und die daraus resultierenden engere Verzahnung von Büros und Arbeit dargestellt.

Bei der Bauchbinde werden ab der zweiten Sendung ebenfalls die gleichen Farbnuancen verwendet.¹⁷² In der ersten Sendung noch als ein einfaches graues Feld, wird ab der zweiten Sendung die Bauchbinde mit einer Transparenz und einem Farbverlauf visualisiert. Dabei zeigt der Hintergrund für die Schriftzüge einen Farbverlauf von dunkel zu hellgrau und wird am oberen Rand durch eine schmale magentafarbene Linie

¹⁷⁰ Mikos, 2003: 9

¹⁷¹ YouTube, SPS06, 2014

¹⁷² YouTube, SPS02, 2013

begrenzt. Darüber hinaus findet sich auch hier das Logo (ohne Schriftzug) wieder. Insgesamt ist die Deckkraft bei der Bauchbinde verringert worden, um einen Effekt der Transparenz zu erlangen. Ein weiteres grafisches Element der Sendung ist die Rubrikenblende. Hierbei erscheint auf weißem Hintergrund am unteren linken Bildrand das Logo und vier ins Bild drehende und miteinander verbundene Punkte, von denen wieder einer magentafarben ist. Zudem wird in einem großen magentafarbenen Schriftzug die jeweilige Rubrik eingeblendet.¹⁷³



Abbildung 3 Logo der SharePoint Sendung mit Schriftzug

6.2 Länge

Im Vergleich zum Fernsehen, wo die Längen der Sendungen strikt festgelegt sind, bietet die Publikation der Sendung auf der YouTubeplattform hier einen gewissen Freiraum. Analysiert man die Länge der bisherigen Sendungen, so ist eine sehr stark schwankende Sendungsdauer festzustellen. Es zeigt sich, dass sich die erste Sendung mit 19 Minuten 40 Sekunden¹⁷⁴ und die sechste Sendung mit 26 Minuten 45 Sekunden¹⁷⁵ zum Teil der im Konzept festgehaltenen Länge entsprechen. Jedoch ist beispielsweise die vierte Sendung mit einer Gesamtlänge von 43 Minuten 22 Sekunden¹⁷⁶ fast doppelt so lang wie die angestrebte Vorlage.¹⁷⁷

6.3 Analyse der fünften Sendung

Wie alle Sendungen beginnt auch die fünfte Sendung mit dem Opener, bei dem zu erst drei Ringe nacheinander erscheinen und danach eine Verbindung zwischen den Ringen und dem Schriftzug der Sendung eingeblendet wird.¹⁷⁸ Folgend findet die Begrüßung

¹⁷³ YouTube, SPS01, 2013, Minute 7:22

¹⁷⁴ YouTube, SPS01, 2013

¹⁷⁵ YouTube, SPS06, 2014

¹⁷⁶ YouTube, SPS04, 2013

¹⁷⁷ Anlage 2, Sendungskonzept

¹⁷⁸ YouTube, SPS01, 2013, Minute 0:00

durch die beiden Moderatoren Michael Greth und Gernot Kühn und eine Einordnung des Themas statt. Für die fünfte Sendung zog das Team das erste Mal in das Studio der Medienakademie Berlin, da durch die Enge des alten Studios ein grünes Schimmern in der Gesichtspartie der Moderatoren nicht zu annullieren war.¹⁷⁹ Die Dekoration des Studios ist dabei schlicht gehalten. Im Vordergrund befinden sich mittig ein weißer Tisch auf dem zwei Tablet-PCs für die Moderatoren stehen. Der Hintergrund ist durch das Nutzen des Greenscreens animiert und bildet am Anfang der Sendung einen Verlauf von hellgrau oben bis dunkelgrau unten auf dem sich der Schriftzug „Projektmanagement“ mehrfach wiederfindet. Die Moderatoren stehen mittig am Tisch und werden in einer Halbnahen-Einstellungsgröße gefilmt. Die Beleuchtung findet dabei klassisch mit Seiten- und Kantenlichtern statt. Nachträglich wurde digital ein Schatten eingefügt. Während der Begrüßung und der Vorstellung der Sendung wird mehrfach hart zwischen der Halbnahen und einer Nahen des einen Moderators geschnitten. Dabei fällt auf, dass die Blicke der Moderatoren lediglich in die Halbnahaufnehmende Kamera gehen und daraus resultierend die Blickachse bei der Nahen Einstellung an der Kamera vorbei geht. Darüber hinaus lassen sich nach dem Opener Störgeräusche und ein nicht korrekter Weißabgleich feststellen, welcher das Bild gelblastig wirken lässt.¹⁸⁰

Folgend findet die Themenvorstellung in Form einer animierten Grafik statt, welche ein Sprecher näher erläutert. Anschließend wird der Hintergrund zu einem Foto von einem Rollfeld animiert, welcher dann als Film gestartet wird. Parallel erläutert der Moderator das Thema und die Flugaufnahmen werden vom Hintergrund in den Vordergrund geschnitten, wobei die Stimme des Moderators, als klassisches Voice-Over, zu hören bleibt. Ab Minute 2:30 ist dann eine Nahe des Moderators und sechs Sekunden später sind wieder beide Moderatoren in der Halbnahen zu sehen. Der Hintergrund im Studio hat sich nun wieder zu einem Verlauf, von oben hellgrau bis unten dunkelgrau, verändert. Im Vergleich zum Anfang jedoch ohne Schriftzüge. Wie schon beschrieben, ist auch hier der Blick oft nicht in die Kamera gerichtet. Nach der Abnahme des Flugbildes folgt die Anmoderation der nächsten Rubrik. Alle Rubriken werden mit einer kurzen Animation eingeläutet. Dabei drehen sich vor weißen Hintergrund Punkte in das Bild und die jeweilige Rubrik wird als Schriftzug eingeblendet. Untermalt wird die Animation mit einem elektronischen Jingle, welcher wie am Synthesizer erstellt wirkt. Beim Interview sitzen sich die beiden Protagonisten auf einem weißen Sofa vor einer roten Wand gegenüber. Im Hintergrund ist ein Fernseher auf einem weißen Tisch zu

¹⁷⁹ vgl. YouTube, SPS02; YouTube, SPS03; YouTube SPS04

¹⁸⁰ YouTube, SPS05, 2014, Minute: 0:00-0:49

erkennen. Am mittigen oberen Bilbrand lässt sich ein großes Foto auf Leinwand errahnen. Die Einstellung fängt den Interviewten in einer 45° Blickachse ein und ist bei der Einstellungsgröße nicht klar definierbar. Vom Blickwinkel der Kamera lässt sich die Einstellungsgröße als eine Abwandlung einer Overshoulder definieren, hat aber dafür eine zu offene Brennweite. Von der Bildoffenheit ist auch die Definition einer Amerikanischen Einstellungsgröße denkbar, jedoch ist hierfür der Blickwinkel nicht optimal gewählt worden. Allgemein ist die Einstellung als suboptimal zu beschreiben, da im goldenen Schnitt der Moderator nur von hinten zu sehen ist und somit die Dominanz des Bildes auf dem Rücken statt auf dem Gesprächsgast liegt. Darüber hinaus fällt bei dieser Einstellung auf, dass kein Licht gesetzt wurde und durch das schwankende Tageslicht zwischenzeitlich Konturen überbelichtet werden und nun nicht mehr erkennbar sind. Auch auditiv gesehen ist die Einstellung ungünstig, da durch das Fehlen von Ansteckmikrofonen der Ton sehr weit entfernt wirkt und Abschnitte des Interviews nur schwer zu verstehen sind. Durch den Einsatz von lediglich einer Kamera wird nur zwischen wechselnden Grafiken und der Intervieweinstellung mit der Überblendung geschnitten. Auffällig ist jedoch, dass die Grafiken immer mehr Schriftzüge aufweisen und dabei spätestens ab Minute 6:50 überladen wirken und durch die kleine Schriftgröße auch nur schwer lesbar sind. Ab Minute 8:06 wurde nachträglich ein digitaler Zoom eingearbeitet, welcher sehr langsam die Einstellungsgröße wandelt. Bei der finalen Einstellungsgröße ist jedoch viel Luft über den Köpfen, der Moderator am rechten Rand ist fast abgeschnitten und es gibt viel nichtgenutzten Platz in der rechten Bildhälfte. Mehrfach wurde das Interview in der gleichen Einstellung, jedoch ohne die Verwendung einer Aufblende bzw. eines Blitzes geschnitten. Die Monotonie und die Länge der stehenden Einstellungen lassen das Interview schwerfällig und langatmig wirken. Als letzter Schnitt wird in Minute 11:54 eine Abblende zum Beenden genutzt.

Folgend wird in der Halbnahen Einstellungsgröße im Studio das Interview moderatorisch abgenommen und die nächste Rubrik anmoderiert. Optisch wurde hierfür der Hintergrund durch ein Baustellenfoto ersetzt. Hierbei wird zwischen der Halbnahen und einer Nahen des Moderators Gernot Kühn hart geschnitten.

Die Rubrik Case Study wird wieder mit der Animation und Jingle begonnen. Folgend sieht man eine klassische Einleitung zum Beitrag, mit einer Totalen Einstellung des Hauses von außen, welches durch einen Zeitraffereffekt im Schnitt bearbeitet wurde. Folgend werden Halbtotale Einstellung von Außen, mit der Flagge des Firmenlogos und einer bildlichen Einführung in des Gebäude gezeigt. Untermalt wird der Beginn mit

Hintergrundmusik und einem Sprecher. Ein Rückzoom zeigt die handelnde Person einen Flur entlanglaufen und eine aus der Hand gefilmte Fahrt über den Schriftzug der Firma. Darauf folgen eine Overshoulder vom Protagonisten an seinem Schreibtisch und eine Detailaufnahme mit der Computertastatur. Binnen kürzester Zeit wurden eine Vielzahl an unterschiedlichen Einstellungsgrößen hart zusammen geschnitten. Mit der klassischen Voice Over Methode wird die Stimme des Protagonisten schon hörbar, visuell wird aber eine mit der Handkamera gefilmte Fahrt über eine Geschichtsleiste der Firma, bei der mehrere Bilder nacheinander überblendet werden, gezeigt. Folgend wird die Person halbnah und im Bild links quadriert gefilmt und zwischendurch mehrfach ein digitaler Schnitt in die Nahe getätigt. Auch hier wurde vermutlich kein Licht gesetzt, welches aber durch die gute Raumbelichtung nicht störend auffällt. Nach den harten Einstellungsschnitten wird ab Minute 13:34 mit einem Zoom von der Halbnahen zur Nahen gearbeitet. Auch der folgende Protagonist wird durch eine Handkamera und das Zeigen seines Arbeitsplatzes in den Beitrag eingeführt. Folgend wird in einer totalen Einstellung das Firmenlogo gezeigt, welches aus einem großen Auge und Schrift besteht. Durch das gekonnte Einsetzen von einem Schwenk, dem Zoom auf das Auge und das Element der Überblendung wurde so ein ansprechender Schnitt in den Beitrag aufgenommen. Es folgt ein weiterer filmischer Akzent, so wird ab Minute 14:26 die Spiegelung in der Scheibe durch eine Rückfahrt mit der Handkamera aufgelöst, wodurch der Protagonist an seinem Schreibtisch sichtbar wird. Leider folgt darauf ein Schnitt sehr gleich aussehender Bilder, welche durch die Missachtung der 30° Regel wie ein Fehler wirken. Ab Minute 14:32 folgt dann eine in vielerlei Hinsicht suboptimale Einstellung, so ist zum einen die Einstellungsgröße nicht klar definiert und in der untersichtigen Ansicht über dem Kopf deutlich zu viel Luft. Des Weiteren ist der Drehort optisch nur wenig ästhetisch. Der Protagonist steht in einem weißen Flur mit weißer Decke mittig im Bild. Am linken Bildrand ist großflächig das Firmenlogo als Poster an der Wand und im rechten Bilddrittel befindet sich eine Tür im Anschnitt und ein Fernseher an dem mehrere Kabel herunter hängen. Der Fernseher zeigt eine Grafik, welche durch die vielen Punkte nur sehr schwer bis gar nicht erkennbar ist. Darüber hinaus ist der Aufnahmeton der Einstellung von sehr schlechter Qualität und wird durch den Hall nur schwer verständlich. Durch das Fehlen von gesetztem Licht ist gerade im Bereich der Augen ein Schatten festzustellen. Auch nach dem Zoom von Minute 14:52 in die Nahe Einstellung ist das Bild nicht geordnet eingerichtet. Das eben genannte Poster und der Fernseher sind noch im Anschnitt erkennbar, liefern den Rezipienten aber keine

Informationen. Erst nach dem Schwenk von Minute 15:31 wird der Protagonist rechts quadriert und der Fernseher als Informationsquelle erkennbar. Wenige Sekunden später wird die Grafik des Fernsehers als Vollbild hart geschnitten. Da das Bild schon vorher erkennbar war, wäre hier die Wahl einer Überblendung ästhetischer. Beim Zurückschnitt auf den Protagonisten fällt die gelbliche Verfärbung des Bildes stark auf. Nach weiteren Schnitten zwischen der Halbnahen des Protagonisten und der Grafik werden animierte Fotos von Baustellen und Filmaufnahmen von Personen an Computern gezeigt, zu denen wieder die vom Anfang gewählte Hintergrundmusik und eine erklärende Sprecherstimme eingefügt wird. Ab Minute 17:17 beginnt der dritte O-Ton des Beitrags. Mit einer Protagonistin, welche in einer nahen Einstellung, im Bild links quadriert, an einem Arbeitsplatz positioniert wurde. Ab Minute 17:35 beginnt die Kamera einen Schwenk, welcher jedoch kurz nach Beginn von der nächsten Einstellung, einer Nahen auf dem Computerbildschirm geschnitten wird. Durch den harten Schnitt wirkt die Szenerie unvollendet und wäre auch hier mit einer direkten Überblendung in eine Bildschirmaufnahme besser gelöst worden. Am Ende der Bildschirmaufnahme wird durch den Einsatz eines Rückzooms und eines Schwenks wieder zur Einstellung der Halbnahen mit der Protagonistin an ihrem Arbeitsplatz gewechselt. Durch die Anpassung der Kamera an den Bildschirmmonitor wirkt das Bild und im Besonderen die Gesichtspartie sehr dunkel. Ab Minute 18:07 richtet dann die Kamera die Blende nachträglich ein und passt die Belichtung dem Gesicht an. Durch das fehlende Licht muss jedoch die Blende in soweit geöffnet werden, dass im Hintergrund und auf dem Monitor Konturen überbelichtet werden und somit verschwinden. Folgend werden wieder Bildschirm-, Foto- und Detailaufnahmen zur Erläuterungen durch den Sprechertext und Hintergrundmusik gezeigt. Ab Minute 19:15 sehen wir wieder den ersten Protagonisten des Beitrags in einer neuen Umgebung, welche uns durch den Rückzoom von der Halbnahen in die Totale Einstellungsgröße vorgestellt wird. Anders als in der o.g. Einstellung hat der Protagonist in dieser ein Ansteckmikrofon, weshalb der Ton deutlich besser verständlich ist. Am Ende des Rückzooms steht er im linken Drittel des Bildes in einer Küche. Leider fehlt auch hier das gesetzte Licht, weshalb das Gesicht der Person fast zur Gänze von Schatten bedeckt wird. In der Voice-Over Methode ist die Stimme des Protagonisten durchgängig hörbar, jedoch werden Fahrten in der Totalen aus der Handkamera durch unterschiedlichste Zimmer hart zwischengeschnitten um am Ende wieder beim Protagonisten zu sein. Folgend werden wieder animierte Bilder mit Sprecher und Hintergrundmusik gezeigt. Ab Minute 19:57 befindet sich der Protagonist

in einem neuen Raum, in dem er auf einem dunklen Sessel leicht rechts quadriert im Bild positioniert wird, durch diese Positionierung müsste der Blick links an der Kamera vorbei gehen, der Verantwortliche Redakteur muss jedoch rechts neben der Kamera gesessen haben, da der Blick des Protagonisten immer an der rechten Seite der Kamera vorbei geht. Wie mehrfach vorher festgestellt ist auch diese Einstellung sehr dunkel, darüber hinaus wird in Minute 20:37 wieder das gleiche Bild geschnitten, ohne den Einsatz von Aufblende oder Blitz. Die Erklärungen über das Programm werden mit gezielten nahen Einstellungen vom Tablet-PC untermauert. Später werden mehrere Detailaufnahmen von Zertifikaten im Voice-Over Verfahren gezeigt. Ab Minute 22:37 wird der Beitrag mit Bildschirmaufnahmen animierter Fotos und Sprechertext beendet. Es folgt die Anmoderation des nächsten Beitrags wieder im Studio. Diese findet mit einem Moderator, der links am Tisch platziert ist, statt. Als Hintergrund ist wieder der Farbverlauf von hellgrau oben und dunkelgrau unten ohne Schriftzüge gewählt worden. Im Verlauf wird ein Foto auf der rechten Seite eingeblendet.

Auch die Rubrik Tutorial wird hart geschnitten und zeigt mit der o.g. Musik und Animation den Schriftzug Tutorial. Auffallend ist auch hier wieder ein Störgeräusch am Ende der Animation.

Der Beitrag Tutorial ist in der fünften SharePoint Sendung eine Präsentation ohne Videomaterial. Im Voice-Over Verfahren erläutert ein Sprecher die zu sehenden Grafiken und Animationen. Hierbei fällt auf, dass der Ton zeitweilig übersteuert wirkt. Insgesamt werden in dieser Rubrik in fünf Minuten unterschiedliche Grafiken und Diagramme gezeigt, bevor ab Minute 28:01 die nächste Moderation mit einer Abblende beginnt.

Dabei sind beide Moderatoren im Studio zu sehen. Der Hintergrund hat wieder den grauen Verlauf und die Farbtemperatur des Bildes weißt einen leichten Gelbstich auf. Auch wird abermals zwischen der Halbnahen mit beiden Moderatoren und der Nahen von jeweils einem Moderator geschnitten. Ab Minute 28:27 wird ein Foto des Produkts vom folgenden Beitrag während der Moderation als Vollbild eingeblendet und danach das Logo in den Hintergrund animiert.

Es folgt die Rubrik Produkt, bei der in der fünften Sendung ein Werbevideo der Firma Kanbo in die Sendung aufgenommen wurde. Das Video zeigt einen Zusammenschnitt zwischen Personen-, Bildschirm- und Detailaufnahmen mit Schriftzügen. Hinterlegt ist das Video mit einer Melodie. Durch das Fehlen eines erklärenden Sprechers kann der

Beitrag für manche Zuschauer verwirrend, oder bei seiner Länge von 4 Minuten und 30 Sekunden auch trivial wirken.

Danach folgt die Anmoderation der letzten Rubrik. Hierbei ist nur ein Moderator leicht rechts quadriert im Studio positioniert. In der linken Bildhälfte werden mehrere, sich aber sehr ähnelnde Fotos eingeblendet.

Ab Minute 33:34 beginnt die letzte Rubrik für die fünfte Sendung und wird mit der Animation und Jingle begonnen. Zu sehen ist ein Protagonist in leicht rechter Quadrierung und einer halbnahen Einstellung, wobei für das sich im Hintergrund befindende Poster viel Platz über dem Kopf des Protagonisten gelassen wurde, um dieses ganz abzulichten. Jedoch sind einzelne Texte auf dem Poster zu klein dargestellt, sodass man dieses nur schwer lesen kann. Des Weiteren wirkt der abgebildete Protagonist unnötig klein, was durch das Einhalten der Einstellungsgrößen vermeidbar gewesen wäre. Das größte Problem im Beitrag stellt jedoch der Ton dar, welcher in der Lautstärke schwankend und durch einen starken Hall nur schwer verständlich ist. Darüber hinaus wird der Ton am Ende des Beitrages abgeblendet, obwohl der Protagonist noch einiges sagt, was dann in der nur noch minimalen Lautstärke leicht untergeht. Auch in diesem Beitrag wird die Voice-Over Methode verwendet, um Bildschirmaufnahmen, Animationen und einen Ranzoom einzublenden, welche sich durch die Schnittart der Überblendung ablösen. Von Minute 34:55 an bis zum Ende des Beitrags wird die Einstellungsgröße durch einen langsamen digitalen Zoom zur einer nahen und fast mittig quadrierten Einstellung verändert bis der Beitrag mit einer Abblende endet.

In der letzten Moderation werden wieder beide Moderatoren vor dem grauen Hintergrund gezeigt und zwischen der halbnahen und der nahen Einstellung gewechselt. Ab Minute 36:25 ist eine Art Zwischenruf hörbar, welcher bei jeder Sendung als Ende dienen soll. Dadurch, dass die sprechende Person jedoch nicht sichtbar, sondern nur hörbar ist, wirkt es gegebenenfalls wie eine Art Fehler, welcher durch den Einsatz eines konkreten Sprechers gelöst werden könnte.

Darauf folgend wird der Abspann mit den beteiligten Personen zur Sendung gezeigt. Durch eine Länge von fast 30 Sekunden, ohne eine auditive Untermalung durch Musik wirkt dieser jedoch sehr langwierig.

6.4 Analyse der sechsten Sendung

Die sechste Sendung beginnt mit dem Opener und dem Jingle, welcher in der Analyse der fünften Sendung genauer beschrieben wurde. Es folgt die Begrüßung durch die beiden Moderatoren im Studio. Anders als bei der fünften Sendung ist der Studiohintergrund bei dieser Ausgabe nicht in einem grauen, sondern in einem blauen Farbverlauf animiert. Zusätzlich werden Schriftzüge „Onboarding“ und Schiffssymbole eingeblendet. Die Beleuchtung ist klassisch mit Seiten und Kantenlichtern gewählt. Beide Moderatoren sind in einer halbnahen Einstellungsgröße gefilmt und mittig am weißen Tisch positioniert worden. Auf dem Tisch sind ein Laptop und ein Tablet-PC sichtbar. Im Gegenteil zur fünften Sendung wurde in der aktuellen Folge¹⁸¹ lediglich eine Kamera während der Studioaufnahmen genutzt. Dadurch bleiben die Einstellungen zwar länger stehen, jedoch konnte so der Fehler der falschen Blickachse korrigiert werden. Große Unterschiede sind dagegen im auditiven Bereich festzustellen. So ist der Aufnahmeton der beiden Moderatoren sehr unterschiedlich. Besonders der Ton von Moderator Gernot Kühn hat großen Hall, ist von sehr schlechter Qualität und steht somit in starkem Kontrast zum Aufnahmeton von Moderator Michael Greth. Während der Anmoderation wird die Grafik, welche auf dem Laptop bereits sichtbar wird, mit Überblendungseffekt im Vollbild ein- und ausgeblendet im späteren Verlauf hart geschnitten und schließlich mit dem Überblendungseffekt ausgeblendet.

Ab Minute 1:40 folgt der Themenüberblick als animierte Grafik und der erklärenden Sprecherstimme.

Darauf folgt eine halbnaher Einstellungsgröße mit einem Moderator, welcher im Bild rechts quadriert wurde. Später wird in der linken Bildhälfte eine Grafik eingeblendet, bis ab Minute 2:19 die Rubrik Frage beginnt.

Zu Beginn der Rubrik werden nicht nur die klassische Rubrikanimation mit Jingle eingeblendet, welche bei der Analyse der fünften Sendung detaillierter erläutert wurde, sondern folgend noch einmal eine Grafik mit der Fragestellung, bevor in einer amerikanischen Einstellung die beiden Protagonistinnen auf einer Roten Couch zu sehen sind. Den Hintergrund bildet eine halb rot, halb weiß gestaltete Wand. Optisch ungünstig ist hierbei genau die Teilung der Farben auf der Mitte einer Protagonistin. Im vorderen linken Bildfeld wurde ein Blumentopf platziert. Ebenfalls suboptimal ist die untersichtige Blickachse der Kamera. Auditiv ist ein leichtes Störgeräusch in Form eines Art Surrens vernehmbar. Die ab Minute 2:45 zur Visualisierung dienende Grafik auf dem

¹⁸¹ Stand: 12. Juni 2014

Tablet-PC ist durch ihre geringe Größe und der dadurch resultierenden kleinen Bildfläche nicht erkennbar. Erst mit der mehrfachen Einblendung der Grafik als Vollbild wird das Diagramm für den Rezipienten lesbar. Während des Beitrags werden immer wieder Abschnitte durch Überblendung geschnitten. Durch das Fehlen von gesetztem Licht fallen diese besonders auf. Gerade bei Minute 3:38 ist der starke Kontrast der wechselnden Bilder erkennbar, da das ablösende Bild deutlich dunkler ist. Zur Darstellung der von den Protagonistinnen genannten Hürden wird ab der Minute 3:46 eine Fußballerfigur in großer Einstellungsgröße durch Überblendung gezeigt. Folgend wird eine halbnaher Einstellung der Protagonistin Steffi Gröscho gezeigt, welche mittig positioniert ist. Dabei ist das Bild nicht bestmöglich eingerichtet. Am rechten Bildrand lässt sich ein Türrahmen erkennen und auf der linken Seite ist die zweite Protagonistin ungünstig angeschnitten, sodass ihre Schulter noch im Bild erkennbar ist. Folgend wird eine Grafik eingeblendet, auf der im weiteren Verlauf beim wiederholten Einblenden Stichpunkte hinzugefügt werden. Nach einer kurzen Einblendung der halbnahen Einstellung folgt kurz darauf die Großaufnahme der Fußballerfigur. Im weiteren Verlauf werden die drei Einstellungen der halbnahen- und großen Einstellungsgröße sowie der Grafik, durch den überwiegenden Einsatz von Überblendungen geschnitten. Ab Minute 5:11 wechselt die Kamera bei der großen Einstellung der Figur ihre Perspektive und wird im Gegensatz zu den vorherigen Einstellungen nun aus der Hand geführt. Im Hintergrund ist bei diesem Bild das Kamerastativ erkennbar. Nach der Handkamera folgt, hart geschnitten, wieder eine halbnaher Einstellung vom Stativ. In diesem Fall wird die zweite Protagonistin Regina Köhler mittig quadriert und am linken Bildrand Steffi Gröscho angeschnitten gezeigt. Es folgen wieder Wechselschnitte zwischen der großen Einstellungsgröße von der Fußballerfigur, Grafiken und die halbnaher Einstellung. Wie im vorausgegangenen Abschnitt werden auch hier die meisten Schnitte mit dem Überblendungseffekt getätigt. Auch Schnitte gleicher Einstellungen bzw. der Kürzung des Beitrages werden mit diesem Effekt unternommen. Zum Ende des Beitrages werden in der amerikanischen Einstellungsgröße beide Protagonistinnen mit einem kurzen Zwischenschnitt einer Großaufnahme einer Schachtel Pralinen gezeigt. Mit der Abblende ins Schwarz in Minute 6:49 endet der Beitrag.

Es folgt die Anmoderation aus dem Studio mit dem Moderator in rechtsquadrierter Position und der Einblendung eines Fotos im linken Bilddrittel. Obwohl der Moderator in der rechten Bildhälfte positioniert ist, befindet sich sein Oberkörper in einer, vom

Rezipienten aus gesehenen, rechten Eindrehung, was die Wirkung einer falschen Blickachse erzeugt.

Ab Minute 7:08 beginnt die Rubrik Interview klassisch mit der Animation und dem Jingle, bevor eine halbnaher Einstellung von drei Personen gezeigt wird. Auffällig ist die optimierbare Lichtqualität. Durch die dominierende Hintergrundbeleuchtung sind gerade die entscheidenden Partien der Protagonisten, wie bspw. das Gesicht sehr dunkel. Der Ton des Moderators Gernot Kühn wirkt im Vergleich zu den Protagonisten eher stumpf und ist von minderer Qualität. Als Kulisse dient ein Café, dessen Name als kurzes Schnittbild eingeblendet wird. Die Atmo des Cafés ist klar vernehmbar. Nach der halbnahen Einstellung aus der Hand folgt eine Großaufnahme von Gernot Kühn, welche von einer festen halbnahen Einstellung der beiden Interviewten abgelöst wird. Dabei sind die beiden Interviewten links und rechts quadriert und im Hintergrund das Café erkennbar. Im Vordergrund ist ein Tisch mit Wassergläsern und Blumen in Anschnitt sichtbar. Mit einer engeren Positionierung der Kamera am Moderator wäre die gelegentlich weit auseinandergehende Blickachse vermeidbar gewesen. Diese halbnaher Einstellung, vom Stativ aus gedreht, bleibt als Hauptkamera bestehen und wird von wechselnden Ausschnitten der Handkamera, wie eine offene Overshoulder, unterschiedlichen Naheinstellungen der jeweiligen Interviewten, sowie Detailaufnahmen abgelöst. Darüber hinaus werden Grafiken und Animationen zur Visualisierung eingeblendet. Dabei wiederholt sich das Bild eines beschriebenen Zettels, bei dem die Aussage erst beim erneuten Sehen verständlich wird. Auch bestimmte Grafiken, wie ab Minute 9:21, beinhalten zu viele Schriftzüge und sind durch diese Überladung nur schwer rezipierbar. Beim gelegentlichen Schneiden gleicher Bilder wäre der Einsatz eines Blitzes oder einer kurzen Aufblende auch hier sinnvoller gewesen, da besonders harte Schnitte gleichbleibender Bilder störend wirken. So unterstützen bspw. beim Schnitt in Minute 15:29 die im Hintergrund befindenden Personen die Sichtbarkeit des Schnittes. Ein weiterer Optimierungsfaktor im Beitrag ist das Weglassen von Zustimmungsgeräuschen des Moderators. Darüber hinaus wäre gerade nach der Einblendung der Animation von Minute 12:10 ein direkter Schnitt des Fragestellenden wünschenswert. Auffällig ist die starke Verschlechterung der Tonqualität des Moderators. Schnitttechnisch gesehen, wurde der Beitrag überwiegend hart geschnitten und nur sehr selten die Überblendung genutzt. Bei der Verabschiedung des Interviewten wird noch einmal eine zusammenfassende Grafik gezeigt, hier wäre ein

Zwischenschnitt auf den Moderator sinnvoll gewesen. Als letzter Schnitteffekt wird der Beitrag mit einer Abblende beendet.

Die folgende Anmoderation ist in der gleichen Einstellungsgröße, Quadrierung und Einblendung wie die vorherige aufgenommen und weist ebenfalls die gleichen Optimierungsfaktoren auf.

Ab Minute 16:24 folgt mit der klassischen Animation und dem Jingle die Rubrik Babett, welche eine animierte Figur darstellt. Die Visualisierung wird durch einen Off-Sprecher näher erläutert und einer Hintergrundmusik untermalt. Während die Erklärungen von einer männlichen Stimme gesprochen werden, wird die animierte Figur von einer weiblichen Stimme vertont und die Bewegungen werden durch Special Effects, wie Herzklopfen oder Klatschgeräusche verstärkt. Insgesamt weist die Animation eine Beitragslänge von ca. fünfeinhalb Minuten auf.

Ab Minute 21:54 beginnt dann die nächste Anmoderation, wieder in rechter Quadrierung und mit Einblendung eines Fotos in der linken Bildhälfte. Auffällig ist der Sprecherton, der durch den Hall und der sehr schlechten Qualität ein hohes Optimierungspotenzial aufweist.

Als letzter Beitrag der sechsten Sendung folgt die Rubrik Produkt mit der klassischen Einleitung durch Animation und Jingle. Dabei wird der Beitrag durch unterschiedliche Einstellungsgrößen, wie eine nahe vom Firmenschild, sowie einer Detailaufnahme mit Schärfenverlagerung, geprägt. Auditiv ist eine Hintergrundmelodie zu hören, auf die ab Minute 22:33 im Voice-Over Verfahren die Stimme des im übernächsten Schnitt sprechenden Protagonisten eingeblendet wird. Davor wird zu erst der Protagonist in einer Totalen und kurz darauf noch einmal eine nahe Einstellung des Firmenschildes gezeigt. Der schon zwei Schnitte vorher zuhörende O-Ton wurde vor einer Wand mit bunten Schriftzügen aufgenommen. Dabei steht der Protagonist links quadriert. Der Ton wird über ein Ansteckmikrofon aufgenommen und ist gut verständlich. Im weiteren Verlauf wird der Protagonist zweimal mit der Handkamera aus unterschiedlichen Perspektiven und mit dem Einsatz von Schärfenverlagerungen gezeigt. Ab Minute 22:49 folgen unterschiedliche Großaufnahmen der Schriftzüge an der Wand, welche mit dem Effekt der Überblendung zusammengefügt werden. Der O-Ton des Protagonisten läuft dabei als Voice-Over weiter. Danach sieht man nach einer kurzen Einblendung der halbnahen Einstellung mit dem Protagonisten Aufnahmen von der Handkamera. Eine Fahrt über ein Bücherregal wird durch einen harten Schnitt logisch mit der Overshoulder Aufnahme vom Protagonisten verbunden. Folgend werden sowohl eine

Detailaufnahme der Computermouse, sowie eine Handfahrt über mehrere Computerbildschirme gezeigt. Weiter werden zwei halbnah Einstellungen mit der Hauptfigur und die zweite von einer Gruppe Personen geschnitten. Erst in Minute 23:12 wird der Raum des Protagonisten durch einen Rückzoom und einem Schwenk aufgelöst. Die Person bewegt sich, in dem jetzt erkennbaren Konferenzraum mit anderen Personen, zu einer Tafel und zeigt weitere Grafiken, welche in einer nahen Einstellung als nächstes Bild gezeigt werden. Die beschriebene Schnittfolge verbindet die Bewegung des Protagonisten und die Auflösung des Raumes mit nur einem Schnitt sehr flüssig. Des Weiteren wurde so ein Wechsel in der Quadrierung von der zu Beginn an linken zu einer rechten Quadrierung durchgeführt. Im Folgenden wird zwischen der aus der Hand gedrehten, nahen Einstellung des Protagonisten und der Halbtotale des Konferenzraumes gewechselt. Diese Folge wird durch ein kurzes Schnittbild einer amerikanischen Einstellungsgröße mit Personen an einem Computer ergänzt. Leider sind zwischen der Handkamera und der festen Einstellung farbliche Unterschiede erkennbar, welche die Schnitte verdeutlichen. Ab Minute 23:54 folgt ein Schnitt des gleichen Bildes, der, wie mehrfach vorher beschrieben, besser gelöst werden könnte. Es folgen Fotos sowie Bildschirmaufnahmen als Zwischenschnitte. Darüber hinaus wird das Schreiben des Protagonisten an die Tafel mit einem Effekt der Geschwindigkeitserhöhung der Bildfolge beschleunigt. Ab Minute 25:18 wurde der Protagonist in einer Großeinstellung hinter seinem Computer gefilmt. Im nächsten Bild wird eine weitere Person in den Beitrag eingeführt. Diese steht in linker Quadrierung halb total vor einer Wand, welche durch einen Projektor bespielt wird. Weiter wird die Person in einer halbnahen Einstellung zusammen mit einer Gruppe Personen in einer Handkamera gezeigt. Zum Abschluss des Beitrages wird die Hauptfigur in Großaufnahme in rechter Quadrierung gezeigt. Im Hintergrund lassen sich Äste von Bäumen erkennen, die darauf verweisen, dass diese Aufnahme außen aufgenommen wurde. Durch die Verlagerung nach draußen, bleibt die Kontinuität auch beim vorletzten Bild, einer totalen Einstellungsgröße, mit Häuserdächern und einem Kirchturm bestehen. Als vorletztes Bild wird nochmals das Firmenlogo eingeblendet und der Hintergrund durch eine Schärfenverlagerung als unscharfes Hintergrundbild verändert. Für den Beitrag wäre diese Variante der bessere Schluss gewesen, da das letzte Bild einer Bildschirmaufnahme zu überladen und in den drei Sekunden bis zur Abblende für den Rezipienten nicht verständlich würde.

In der letzten Moderation werden wieder beide Moderatoren gezeigt. Optimierungspotenzial besteht in dieser Einstellung zum einen in der unausgeglichene Tonqualität der beiden Moderatoren, zum anderen in der Beleuchtung, bei der ein Führungslicht ein Schatten in der Gesichtspartie vom rechtsstehenden Moderator Gernot Kühn bildet. Wie in der vorherigen Sendungen bereits beschrieben, wird auch bei der sechsten Sendung ab Minute 26:21 ein Abschlusskommentar gesprochen, welcher durch einen Sprecher besser verständlich wäre. Ab Minute 26:24 folgen dann wechselnde Grafiken mit Animationen als Abspann.

7 Empirische Studie zur Sendung

Im Rahmen der Arbeit wurde für die Ausarbeitung der Optimierungsfaktoren und Interessengebiete der Nutzer eine empirische Studie angefertigt. Um auch die Rezipienten der Sendung zu erreichen, wurde das Hauptaugenmerk der Verbreitung auf die Auswahl der Befragten gelegt und nicht auf eine möglichst hohe Fallzahl, umso nahezu repräsentative Ergebnisse zu erlangen. Da auch die Sendung nur im Internet zu sehen ist, wurde eine Verbreitung auf unterschiedlichen Webseiten als logische Konsequenz angesehen. So konnte die Umfrage über folgende Internetseiten aufgerufen werden.

Zum einen über die Ratgeberseite rund um das Thema Intranets „Intranetberater.de“¹⁸². Darüber hinaus auf der Webseite „community.bamboosolutions.com“¹⁸³, auf der es neben Informationen auch Blogs zum Austausch über das Thema SharePoint gibt.

Die Technikinformationsseite „doppelsteen.org“¹⁸⁴, welche Informationen über die Softwarehersteller Apple und Microsoft, aber im Besonderen auch SharePoint anbietet. Auf der Seite der deutschsprachigen SharePoint Community für SharePoint 2013, 2010, Office 365 und Yammer „sharepointcommunity.de“¹⁸⁵, sowie auf der Internetseite „dynamicstips.com“¹⁸⁶ auf der regelmäßig Neuigkeiten und technische Tipps für neue Produkte des Softwareherstellers Microsoft veröffentlicht werden. Des Weiteren wurde die Umfrage zusätzlich von den Sendungsverantwortlichen in den sozialen Netzwerken, wie dem Facebook-Auftritt der SharePoint Sendung¹⁸⁷, der Intranet-Babett¹⁸⁸, sowie auf den Seiten des Netzwerks Twitter von Planet SharePoint¹⁸⁹, der Intranet-Babett¹⁹⁰ und weiteren Personen verbreitet.

Die Umfrage wies unterschiedliche Frage-Modi, wie Bewertungen (von 1 bis 6) bei den Fragen nach dem Design und der filmischen Umsetzung, der Themenauswahl, dem Nutzen für die berufliche Tätigkeit und der Frage ob der oder diejenige die Sendung weiterempfehlen würden. Des Weiteren gab es Wahlfelder mit Mehrfachauswahl-Option; wie die Rezipienten auf die Sendung aufmerksam wurden, wann und wo sie die Sendung schauen, die jeweilige berufliche Tätigkeit des Rezipienten, welche Themen favorisiert werden, aber auch welche Themen vom Konsumenten gewünscht werden.

¹⁸² IntraNETberater (2014)

¹⁸³ Bamboo Nation (2014)

¹⁸⁴ Dommelsteen (2014)

¹⁸⁵ SharePointCommunity (2014)

¹⁸⁶ dynamicstips (2014)

¹⁸⁷ Facebook, SharePointSendung (2014)

¹⁸⁸ Facebook, Intranet Babett (2014)

¹⁸⁹ Twitter, pl_sharepoint (2014)

¹⁹⁰ Twitter, IntranetBabett (2014)

Bei Auswahlfragen ohne Mehrfachauswahl sollten die Häufigkeit des Konsumierens der Sendung, die bevorzugte Sendungsdauer, das Präferieren von einzelnen Clips oder einer ganzen Sendung, das Erkennen der Sprungmarken, sowie den favorisierten Veröffentlichungsrhythmus der Sendung herausgestellt werden. Darüberhinaus wurden die Optimierungspotenziale der Sendung erfragt. Der genaue Fragenkatalog der empirischen Studie wurde als Anlage 1 der Arbeit angefügt.

7.1 Ergebnisse der Studie

Insgesamt wurden im Zeitraum vom 5.5.2014 bis einschließlich 22.06.2014 62 Teilnehmer zum Thema SharePoint Sendung befragt. Wie oben beschrieben war hierbei die Auswahl der Befragten wichtiger als die Fallzahl. Dennoch ist zu betonen, dass die Umfrage nicht repräsentativ ist und aus diesem Grund auch nur als Orientierungsmöglichkeit dienen kann. In der ersten Frage sollten die Teilnehmer beantworten, über welchen Kanal sie auf die Sendung aufmerksam wurden. Hierbei weist die Studie die Empfehlung, als Kanal mit über der Hälfte der Stimmen klar als am meisten vertreten aus. Des Weiteren wird ein Großteil der Rezipienten über die Internetseite SharePointCommunity.de und über das soziale Netzwerk Facebook auf die Sendung aufmerksam. Über 73% der Stimmen verteilen sich auf diese drei Kanäle. Dabei ist zu erwähnen, dass bei dieser Frage eine Mehrfach-Auswahl möglich war.

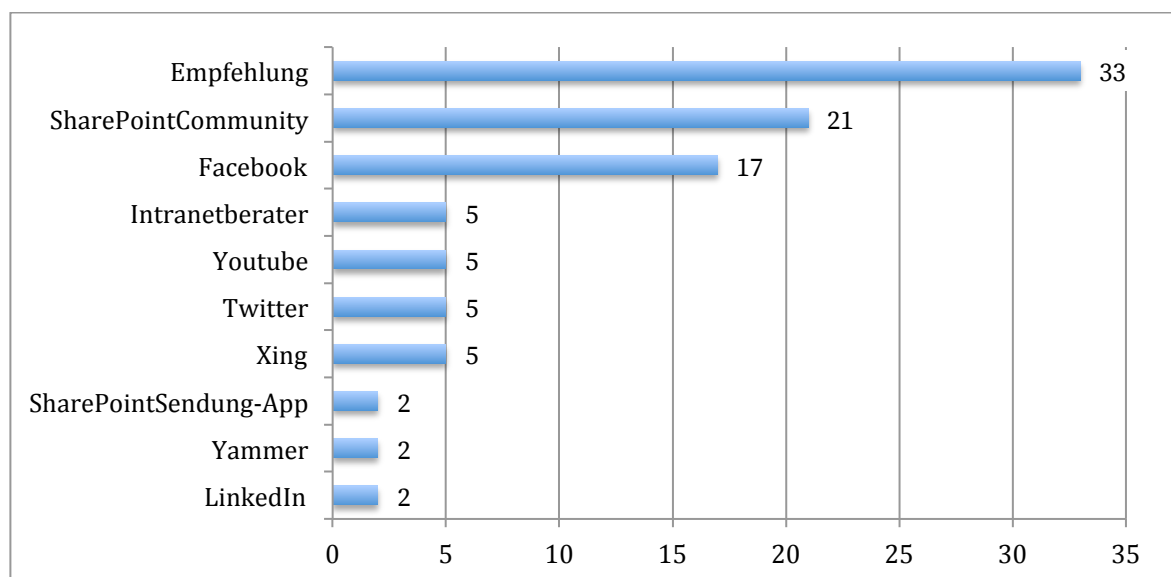


Abbildung 4 Wie sind Sie auf die SharePoint Sendung aufmerksam geworden. (In Stimmen)

In der Frage nach der Häufigkeit des Konsums der SharePoint Sendung gab es in der Studie die Antwortmöglichkeiten „alle Sendungen“, „spontan einzelne Sendungen“ und

„eine Sendung“. Hierbei zeigte sich, dass 22,58% der Befragten alle Sendungen und 33,87% lediglich eine Sendung sahen. Die Mehrheit mit 43,55% hat jedoch nur spontan einzelne Sendungen gesehen.

Darüber hinaus sollte die Studie zeigen an welchen Orten und zu welcher Uhrzeit die Rezipienten die Sendung sehen. Hierbei zeigte sich, dass 58,06% die Sendung tagsüber bei der Arbeit und 43,55% abends daheim schauen. Nicht einmal jeder Zehnte sieht hingegen die Sendung unterwegs (9,68%).

Bei der Frage nach der Wunschlänge der SharePoint Sendung wurden klar die kürzeren Varianten bevorzugt. So wünschen sich 41,94% der Befragten eine Sendungslänge bis zehn Minuten. Ein Drittel der Befragten bevorzugt eine Sendungslänge bis 20 Minuten. Jeder Fünfte findet eine Sendungsdauer bis 30 Minuten für angemessen und jeweils 3,23% können sich eine Sendungsdauer bis 40 Minuten, bzw. bis 50 Minuten vorstellen. Somit zeigt sich klar, dass fast 75% der Befragten eine kürzere Sendungsdauer bevorzugen. In Anbetracht der Tatsache, dass bisher nur die erste Sendung eine Länge

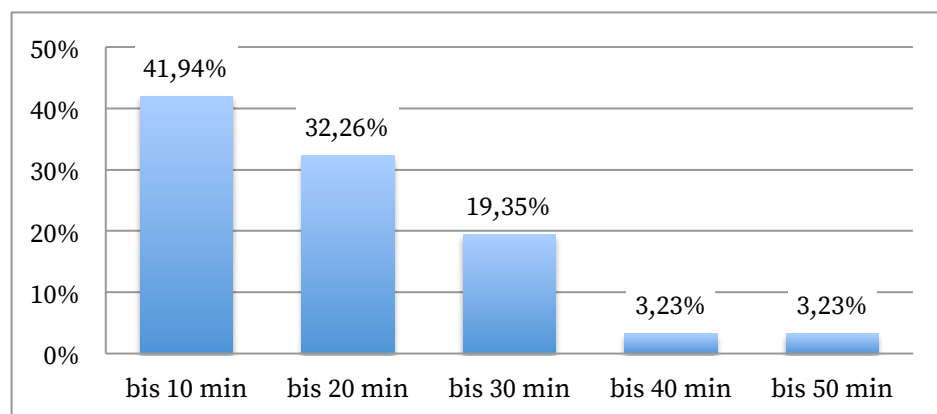


Abbildung 5 Gewünschte Sendungsdauer nach Minuten in Prozent

unter 20 Minuten Länge hatte, zeigt sich auch hier ein Optimierungspotenzial auf.

In der folgenden Frage sollte geklärt werden, ob Sendungen aus verschiedenen auswählbaren Beiträgen zu einem Thema oder einzelne voneinander losgelöste Beiträge bzw. Clips eher den Sehverhalten der Konsumenten entsprechen. Hierbei zeigt sich ein klares Bild. 67,74% der Teilnehmer bevorzugen eine redaktionell zusammengestellte Sendung, nur 32,64% favorisieren die voneinander losgelöste Beiträge.

Eine wichtige Frage zur zukünftigen Gestaltung der Internetseite der Sendung prüfte ob die Nutzer die Zeitangaben bzw. Sprungmarken zu den einzelnen Beiträgen wahrgenommen haben. Hierbei zeigte die Umfrage, dass über die Hälfte der Teilnehmer (56,45%) diese nicht entdeckt haben.

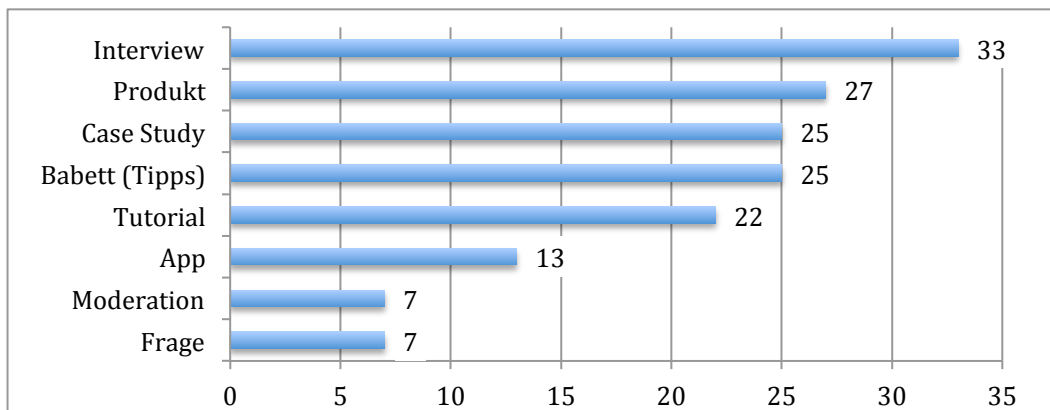


Abbildung 6 Favorisierte Rubriken der Sendungen in Stimmen (Mehrfachauswahl möglich)

In der nächsten Frage sollten die bevorzugten Rubriken der Sendung gefunden werden. Mit 33 Stimmen wurde die Rubrik „Interview“ als beliebteste gewählt. Gefolgt von der Kategorie Produkt (27 Stimmen), Babett und Case Study (jeweils 25 Stimmen). 22 Stimmen bekam die Rubrik Tutorial, 13 Stimmen die Rubrik App und jeweils 7 Stimmen die Rubriken Frage und Moderation. Hierbei ist wieder zu beachten, dass Mehrfachstimmen möglich waren.

In der Frage nach der filmischen Umsetzung der Sendung und deren Design, konnten die Teilnehmer im Schulnotenprinzip (von 1 sehr ansprechend bis 6 gar nicht ansprechend) die Sendung bewerten. Dabei wurde die Sendung von lediglich 3,2% als sehr ansprechend bewertet. Die Mehrheit der Teilnehmer stimmte zwischen einer Note von 2 bis 4 ab. Insgesamt lässt sich so eine Durchschnittsnote von 3,3 errechnen.

Anders sieht es in der Frage nach der Zufriedenheit der Themenauswahl aus. Hier stimmen allein 12,9% für sehr gut und knapp 42% für gut. Dies zeigt, dass über die Hälfte der Teilnehmer mit der Themenauswahl konform geht und diese begrüßen. Gerade einmal 4,84% vergaben die Note 5 und keiner der Teilnehmer stimmte für die Note 6. Die Durchschnittsnote liegt bei dieser Frage bei 2,6.

Neben der Bewertung der aktuellen Themen sollte die Studie auch die Wunschthemen der Rezipienten ausarbeiten. Hierzu wurde eine Auswahl vorgegeben aber auch das Feld für eigene Wunschthemen gegeben. Auch bei dieser Frage waren Mehrfachnennungen möglich. Mit 29 Stimmen wird sich das Thema Wissensmanagement von den meisten Teilnehmern gewünscht. Knapp dahinter liegen das Thema Social (28 Stimmen) und

Kommunikation (24 Stimmen). Die Thematiken Trainings, Workflow und Prozesse, sowie Cloud-Themen bilden mit 19, 17 und 16 Stimmen der Teilnehmer das Mittelfeld. Weniger gewünscht sind die Themen Programmierung (15 Stimmen), Business Intelligence (13 Stimmen) und Betriebsrat (10 Stimmen).

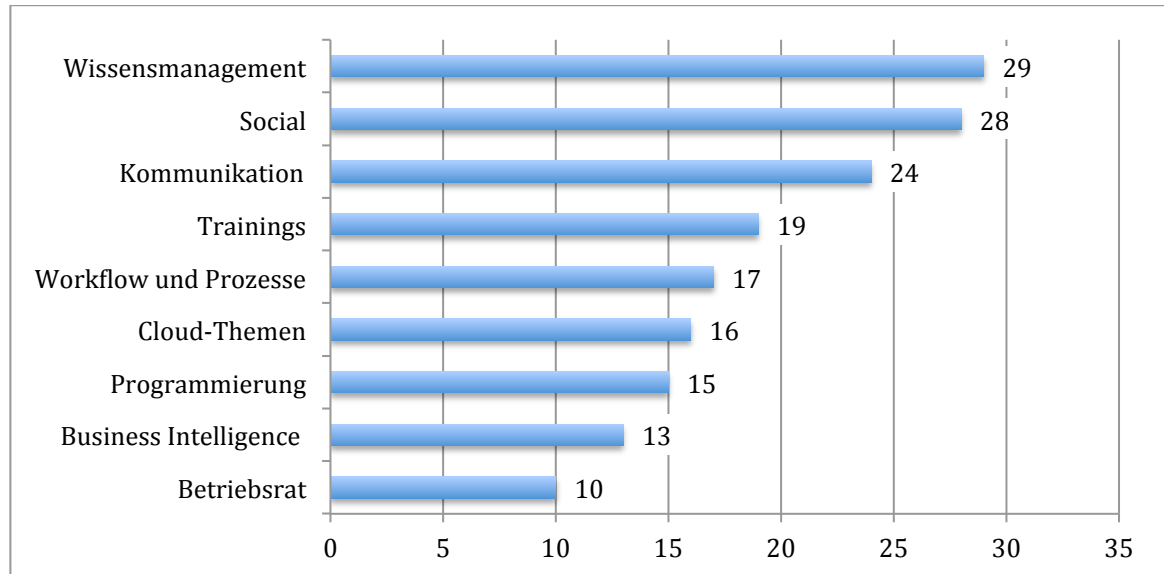


Abbildung 7 Wunschthemen der Teilnehmer nach Stimmen (Mehrfachauswahl möglich)

Ein überraschend eindeutiges Ergebnis lieferte die Frage nach dem bevorzugten Rhythmus der SharePoint Sendung (Abbildung 8). So gaben 44 Teilnehmer (70,97%) an, dass sie einen monatlichen Veröffentlichungsrhythmus der Sendung für wünschenswert halten. Rund 21% bevorzugen das bestehende Prinzip der zweimonatlichen Veröffentlichung und lediglich 8% wünschen sich eine vierteljährlich erscheinende Sendung.

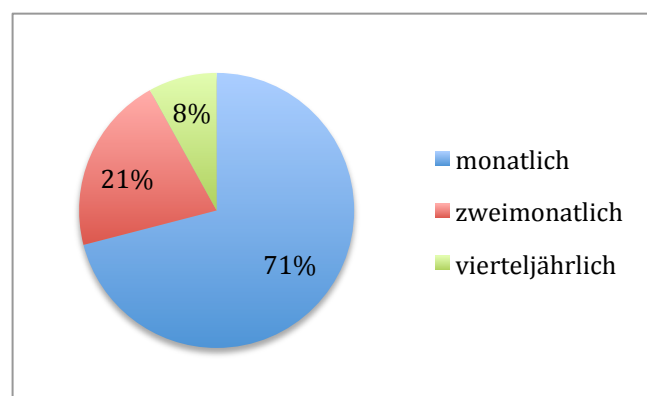


Abbildung 8 Bevorzugter Veröffentlichungsrhythmus der Sendung in Prozent

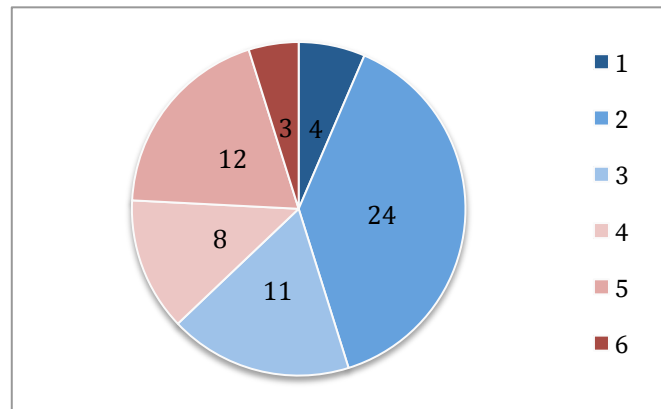


Abbildung 9 Nutzen der Sendung für die berufliche Tätigkeit (Benotung von 1 sehr hoch bis 6 überhaupt kein Nutzen)

Abbildung 9 zeigt die Benotung auf die Frage nach dem Nutzen der Sendung für die jeweilige berufliche Tätigkeit. Dabei wurden die positiven Benotungen (1-3) blau und die negativen Benotungen (4-6) rot gefärbt. Das Kreisdiagramm zeigt dabei, dass deutlich mehr als die Hälfte der Teilnehmer einen positiven Nutzen aus der Sendung ziehen.

Auch bei der Frage, ob die Teilnehmer der Umfrage die Sendung weiterempfehlen würden, wurde eine klare Tendenz gegeben. So haben rund 73% der Befragten eine positive Antwort (Note 1 bis 3) abgegeben. Die Ergebnisse in Abbildung 10 zeigen, dass nicht nur die positiven Benotungen klar überwiegen, sondern dass die Teilnehmer gerade die Noten 1 und 2 am meisten vergeben haben.

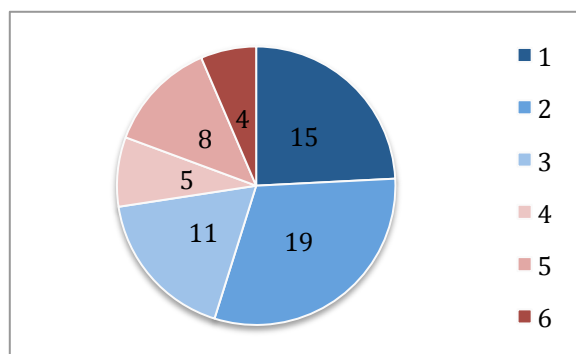


Abbildung 10 Weiterempfehlungsbereitschaft der Teilnehmer (Benotung von 1 ja unbedingt bis 6 nein)

In der letzten Auswahlfrage sollten die Berufsfelder der Rezipienten erfasst werden. Dabei lässt sich kein klares Ergebnis feststellen. Zwar bilden die Gruppe der IT-Dienstleister (13 Stimmen) und die Gruppe der Projektverantwortlichen im Unternehmen (11 Stimmen) unter den direkten Auswahlberufen die stärksten Posten. Dennoch ist zu beachten, dass 23 Teilnehmer, ihren Beruf im bzw. zu einer anderen bestehenden Auswahl das Feld sonstiges ausgewählt haben. Hierunter finden sich Berufsfelder in der Medizin, aber auch in der Forschung, Behörden oder Studenten. So

zeigen die Antworten, dass die Gruppe der Rezipienten der SharePoint Sendung sich nicht auf wenige Berufsgruppen beschränken lässt, sondern aus einer großen Gruppe unterschiedlicher Berufsfelder besteht.

In der letzten auszuwertenden Frage wurde nach den Optimierungsmöglichkeiten gefragt. Hierbei wurden keine Auswahlmöglichkeiten gegeben, sondern die Teilnehmer der Studie sollten ihre Antwort in schriftlicher Form beitragen. Häufig wurden hierbei der Optimierungsbedarf in den Punkten Design erwähnt. Im Besonderen wünschen sich die Rezipienten ein lebendigeres, frischeres und moderneres Design. Weiter wurde die teilweise schlechte Tonqualität der Sendung mehrfach kritisiert. Darüber hinaus werden die Moderationen als zu steif empfunden und in diesem Zug eine lebhaftere Moderation bevorzugt. Ebenfalls mehrfach genannt wurde der Wunsch nach einer klareren und leichter verständlichen Sendung, in der auf Anglizismen und Intranet bezogene Fachwörter größtenteils verzichtet werden soll.

8 Optimierungsmöglichkeiten

Ein wichtiger Punkt dieser Arbeit soll die folgende Ausarbeitung der Optimierungsmöglichkeiten der SharePoint Sendung darstellen. Hierbei ist zu beachten, dass gerade in Punkten der visuellen Ästhetik, wie dem Design, eine subjektive Wahrnehmung nicht ausgeschlossen werden kann. Gerade bei Optimierungen von Schnitten, Kompositionen und Einstellungen können Wahrnehmungen auseinander gehen. Als Orientierung sollen hierbei herkömmliche Fernsehinformationssendungen und Ratgebersendungen dienen. Auch wenn die finanziellen Mittel und Produktionskosten der SharePoint Sendung nicht mit denen eines Senders vergleichbar sind, so ist gerade bei den Gründern und Produzenten der SharePoint Sendung der Wille da, eine qualitativ ähnlich starke Sendung herzustellen.

8.1 Visuelle Optimierungsfaktoren

Die ab der zweiten Folge vor Greenscreen aufgezeichnete Sendung hat allein bis jetzt (24.06.14) mehrfach das Grunddesign der Hintergründe gewechselt, ohne hierbei ein komplett zufriedenstellendes Ergebnis zu erlangen. So sind in der zweiten Sendung deutliche grüne Verfärbungen in den Gesichtspartien erkennbar. Dies resultiert auch aus der zu geringen Größe des Studios. Durch diese Einschränkung werden gleichzeitig auch Kamerabewegungen und Einstellungsgrößen unterbunden. Wie die Analyse deutlich zeigt, werden im Studio lediglich die Moderatoren nah und halbnah geschnitten. Durch die Erweiterung eines Studios könnten nicht nur die Einstellungsgrößen offener werden, sondern auch Kamerafahrten eingebaut werden. Darüber hinaus ermöglicht sie auch für die Moderatoren einen größeren Handlungsspielraum. So wären dann auch Gänge des Moderators aber vor allem auch totalere Einstellungen und Erklärungen möglich.

Die Ermöglichung einer lebhafteren Moderation sollte sich auch in der Nutzung „belebter“ Animationen widerspiegeln. So verwendet die Sendung hauptsächlich den Effekt der Einblendung bei Grafiken, welcher aber bei hoher Wiederholungszahl zur Eintönigkeit führen kann. Übersichtlichere animierte Grafiken können für den Rezipienten nicht nur lebhafter, sondern eventuell auch besser verständlich sein. Darüber hinaus sollte das häufige Nutzen von Grafiken bzw. Animationen hinterfragt werden. So ist es nicht zwangsläufig notwendig die Themen der Sendung zu nennen und als Schriftzüge zu visualisieren.¹⁹¹ Eine Möglichkeit wäre, für die einzelnen Rubriken

¹⁹¹ YouTube, SPS 05, 2014, Minute: 0:26

schon Bilder der folgenden Beiträge zu zeigen, wie bspw. beim Nordmagazins, des NDR vom 23. Juni 2014 ab Minute 00:12¹⁹², bei dem der Themenüberblick aus einem zehn Sekunden langen Zusammenschnitt der Beiträge mit einem erklärenden Sprecher gezeigt wird.

Erklärende Animationen, aber auch Bauchbinden, können zum Beispiel durch den Effekt der Bewegungserfassung, auch Motion Capture oder Motion Tracking genannt, animiert werden. Gerade bei Bauchbinden sieht man diesen Effekt häufiger verwendet, wie bspw. bei der ZDF Reihe ZDF Zoom.¹⁹³ Hierbei wirkt die Bauchbinde im Bild integriert, da sie sich an den Bewegungen des abgebildeten Protagonisten orientiert und nicht einfach über das bestehende Bild überblendet wird. Darüber hinaus wirkt der Abspann der SharePoint Sendung eher wenig professionell und würde durch ein Laufband am unteren Bildrand oder Informationstafeln am Bildrand nicht nur eleganter, sondern auch zeitsparender gelöst werden.

Ein weiterer Optimierungsfaktor der Sendung ist der oftmals fehlende Weißabgleich. Dadurch wirken Beiträge oft nicht farbneutral, sondern bspw. gelbstichig wie bei der fünften Sendung ab Minute 0:10.¹⁹⁴

Großes Potenzial ist darüber hinaus beim Licht erkennbar. Häufig schwankende Lichtverhältnisse und dadurch zu dunkel oder zu hell wirkende Bilder könnten durch das Setzen von Licht minimiert werden. Besonders störend wirkt dies in der Rubrik Interview in der fünften Sendung.¹⁹⁵ Durch die ständig schwankenden Lichtverhältnisse kommt es dort teilweise zu Schattenbildung in der Gesichtspartie des Interviewten, aber auch bei Lichtzuwachs zu Überbelichtungen im Gesicht und auf der Kleidung. Gerade bei der nach der empirischen Studie beliebtesten Rubrik, dem Interview, sollte auf Licht und Tonqualität geachtet werden. Ebenfalls im eben genannten Interview kam es zum Schnitt identischer Bilder.¹⁹⁶ Kürzungen von Interviews oder O-Tönen sollten durch Schnitte von Detailaufnahmen oder durch den Einsatz einer kurzen Aufblende, dem sogenannten Blitz, gekürzt werden.

Darüber hinaus sollte sich in den Beiträgen an den Einstellungsgrößen, wie sie auch in dieser Arbeit genannt wurden, orientiert werden. Großes Optimierungspotenzial weist hierbei besonders das schon mehrfach erwähnte Interview in der fünften Sendung auf.¹⁹⁷ Bei diesem läuft eine nicht definierbare Einstellungsgröße über sechs Minuten ohne

¹⁹² NDR, Nordmagazin, 2014, Minute: 00:12

¹⁹³ ZDF, ZDF Zoom, 2014, Minute 1:04

¹⁹⁴ YouTube, SPS 05, 2014

¹⁹⁵ YouTube, SPS 05, 2014, Minute: 3:22

¹⁹⁶ YouTube, SPS 05, 2014, Minute: 9:34

¹⁹⁷ YouTube, SPS 05, 2014, Minute 3:22

Unterbrechung durch einen Schnitt und erzeugt somit wenig Abwechslung und Spannung.

8.2 Auditive Optimierungsfaktoren

Wie die Analysen der fünften und sechsten Sendung, aber auch die empirische Studie zeigen, lassen sich gerade im auditiven Bereich mehrfach Optimierungsfälle aufzeigen. So sind in der fünften Sendung oft Störgeräusche am Ende der Animationen vernehmbar, wie bspw. ab Sekunde 9.¹⁹⁸ Darüber hinaus ist in der sechsten Sendung der Aufnahme der Moderatoren von differenzierter Qualität. Gerade auch bei gewünschten Rubriken wie dem Interview wäre eine bessere Tonqualität durchaus erstrebenswert. Durch den ständigen Einsatz von Ansteckmikrofonen könnte die Gefahr von schlechterer Tonqualität bzw. nicht verständlichen O-Tönen minimiert werden.

Ungünstig wirkt zudem der Abschlusskommentar, der, durch den Hall erkennbar, im Studio aufgezeichnet wurde. Dieser wirkt durch die Abwesenheit sprechenden Person desorientierend und würde durch den Einsatz eines Sprechers bzw. einer direkten Tonaufnahme optimaler gelöst werden. Ein weiterer auditiver Optimierungsfaktor ist die Gestaltung der Blenden und des Vorspanns. So wirkt der, an einem Synthesizer erinnernde, Jingle wenig fröhlich und schwerfällig und somit entgegen der im eigenen Konzept der Sendung vorgegebenen Tonalität der Sendung, da diese zwar eine seriöse und informative, aber auch eine unterhaltsame und ein wenig lockere Tonalität der Sendung anstrebt.¹⁹⁹

Zusätzlich lassen sich aus der empirischen Studie folgende Optimierungsfaktoren herausarbeiten. So können bspw. die beiden Faktoren der Länge und des Veröffentlichungsrhythmus kombiniert werden. Durch die Teilung von Sendungen mit deutlich höherer Länge könnte die, von den Teilnehmern der Umfrage favorisierte, monatliche Veröffentlichung ohne erheblichen Mehraufwand realisiert werden. Ebenfalls zeigt die Studie, dass die Sprungmarken, die den Nutzer direkt zu den einzelnen Kapiteln der Sendung führen, gerade einmal von rund 44% der Rezipienten gefunden wurden. Aus diesem Grund muss auch die Internetpräsenz auf ihre Funktionalität hinterfragt werden. Abschließend sollten klassische Filmregeln wie Blickachse und Einstellungsgrößen mehr Beachtung finden um die Professionalität der Sendung zu erhöhen.

¹⁹⁸ YouTube, SPS 06, 2014,

¹⁹⁹ Anlage 2, Sendungskonzept

9 Zusammenfassung

Die SharePoint Sendung ist auch ein Jahr nach Ausstrahlung der ersten Folge, die einzige YouTube Sendung für soziale Intranets. Im Zweimonatsrhythmus werden aktuelle Produkte vorgestellt, Ratschläge für den Umgang mit den Programmen gegeben und Firmen gezeigt, welche erfolgreich das soziale Intranet eingeführt haben. Hauptaugenmerk der Sendung liegt dabei auf dem Programmpaket SharePoint der Firma Microsoft. Durch ihre praktische Nutzbarkeit und Vermittlung von Informationen ist die SharePoint Sendung deutlich in das Genre der Ratgebersendungen einzuordnen.

Moderiert wird die Sendung von den beiden Mitbegründern Michael Greth und Gernot Kühn, die die Themen der Sendung erläutern und die einzelnen Rubriken der Sendungen an bzw. abmoderieren. Als Distributionsweg der Sendung dient die Videoplattform YouTube, auf der die einzelnen Folgen im Schnitt über 1200 mal geklickt werden.

Ein weiterer Bestandteil der Arbeit war die Ausarbeitung einer Sendungsanalyse. Hierzu wurden die einzelnen Elemente der visuellen, sowie der auditiven Analyse zusammengetragen und erläutert, um so am Beispiel von zwei Folgen der SharePoint Sendung eine korrekte Untersuchung vornehmen zu können.

Hierzu wurden die fünfte und sechste Sendung zum einen anhand von Schnittprotokollen analysiert und die Grafischen Elemente heraus gearbeitet und zum anderen die Längen aller Sendungen verglichen.

Mit Hilfe einer Onlineumfrage, als empirische Studie und den Ergebnissen der Analyse wurden die Optimierungspotenziale der Sendung herausgearbeitet. Große Verbesserungsmöglichkeiten zeigten hierbei das Studio und Design, sowie das Licht und die Tonaufnahmen der Sendungen. So ließen sich durch die Verwendung eines größeren Studios mehr Freiräume für Visualisierungen und Moderationen schaffen und durch das konstante setzen von Licht Belichtungsfehler vermeiden. Des Weiteren sollte eine höhere Priorität auf den auditiven Aufnahmen liegen um unterschiedliche Tonqualitäten zwischen den Beiträgen vorzubeugen.

In Zukunft sollte ebenfalls auf eine konstantere Dauer von maximal 20-30 Minuten pro Sendung geachtet werden, umso die hohe Zufriedenheit der Rezipienten weiter auszubauen und neue Zuschauer hinzuzugewinnen.

Literaturverzeichnis

- BAWDEN, L.-A. (1978). *rororo Filmlexikon*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH
- BORDWELL, D., THOMPSON, K. (2010). *Film art: an introduction*. New York: McGraw-Hill
- BRINCKMANN, C. N. (1997). *Die anthropomorphe Kamera : und andere Schriften zur filmischen Narration*. Zürich: Chronos Verlag
- BRUNS, T., MARCINKOWSKI, F. (1997). *Politische Information im Fernsehen: Eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen*. Opladen: Leske und Budrich
- FAULSTICH, W. (2008). *Grundkurs Fernsehanalyse*. Paderborn: Wilhelm Fink Verlag
- FLÜCKIGER, B. (2002). *Sound Design: Die virtuelle Klangwelt des Films*. Marburg: Schüren Verlag
- GEHRAU, V. (2001). *Fernsehgenres und Fernsehgattungen: Ansätze und Daten zur Rezeption, Klassifikation und Bezeichnung von Fernsehprogrammen*. München: Verlag Reinhard Fischer
- HICKETHIER, K. (2001). *Film- und Fernsehanalyse 3. Auflage*. Stuttgart und Weimar: J.B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel Verlag GmbH
- HICKETHIER, K. (2007). *Film- und Fernsehanalyse 4. Auflage*. Stuttgart und Weimar: J.B. Metzler'sche Verlagsbuchhandlung und Carl Ernst Poeschel Verlag GmbH
- KANDAUER, P. (2003). *Lehrbuch der Filmgestaltung: Theoretisch-technische Grundlagen der Filmkunde 6. Auflage*. Gau-Heppenheim: Mediabook Verlag Andreas A. Reil
- KEMPF, J. (2008). *YouTube – ein kritischer Blick auf die Inhalte der populären Plattform für Videos im Internet*. Mittweida: University of Applied Sciences Mittweida
- MIKOS, L. (2003). *Film- und Fernsehanalyse*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- MONACO, J. (2000). *Film verstehen : Kunst, Technik, Sprache, Geschichte und Theorie des Films und der Medien : Mit einer Einführung in Multimedia*. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag GmbH
- MURET, E., SANDERS D. (2001). *Langenscheidts Großwörterbuch Englisch-Deutsch*. Berlin und München: Langenscheidt KG
- RICHTER, S. (2008). *Digitaler Realismus : zwischen Computeranimation und Live-Action : die neue Bildästhetik in Spielfilmen*. Bielefeld: transcript Verlag
- SCHLEICHER, H. (2005). *Filme machen : Technik, Gestaltung, Kunst : klassisch und digital*. Frankfurt am Main: Zweitausendeins

-
- SNICKARS, P. (eds.) , VONDERAU P. (2009). *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden
- STREICH, S. (2012). *Videojournalismus: Ein Trainingshandbuch*. Konstanz und München: UVK Verlagsgesellschaft
- TODTENHAUPT, A. C. (2000). *Cyber TV : Die Digitalisierung der Film- und Fernsehproduktion*. Münster: LIT Verlag (Dissertation)
- WEIß, H.-J., TREBBE, J. (1994). *Öffentliche Streitfragen in privaten Fernsehprogrammen – Zur Informationsleistung von RTL, SAT1 und Pro7*. Opladen: Leske und Budrich
- WERMKE, M.(Hrsg.) et al. (2009). *Der Duden in zwölf Bänden : Band 1 Duden die deutsche Rechtschreibung*. Mannheim: Dudenverlag
- WERNER, H. (2009). *Fernsehen machen*. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH
- WILLIAMS, V. L. (2012). *SharePoint 2010 For Dummies, 2nd Edition*. Hoboken: John Wiley and Sons, Inc.
- WOLF, F. (2011). *Social Intranet, Kommunikation fördern – Wissen teilen – Effizient zusammenarbeiten*. München: Carl Hanser Verlag
- WUSS, P. (1990). *Kunstwert des Films und Massencharakter des Mediums : Konspekte zur Geschichte der Theorie des Spielfilms*. Berlin: Henschel Verlag
- ZWAHR, A. (2003). *Meyers grosses Taschenlexikon in 26 Bänden*. Mannheim: Meyer

Internetquellen

Bamboo Nation (2014): Your SharePoint Community, <http://community.bamboosolutions.com/blogs/german/archive/2014/05/06/umfrage-zur-sharepointsendung.aspx> (Stand: 19. Juni 2014)

Die SharePoint Sendung (2014): SharePoint Sendung, <http://diesharepointsendung.de> (Stand: 26. Juni 2014)

Dobbelsteen (2014): Dobbelsteen.org, <http://www.dobbelsteen.org/umfrage-zur-sharepointsendung/> (Stand: 19. Juni 2014)

Dynamicstips (2014): Microsoft Dynamics TIPS, <http://www.dynamicstips.com/sharepoint/umfrage-zur-sharepointsendung/> (Stand: 19. Juni 2014)

Facebook, SharePointSendung (2014): SharePointSendung, <https://www.facebook.com/sharepointsendung> (Stand: 19. Juni 2014)

Facebook Intranet-Barbett (2014): Intranet-Barbett, <https://www.facebook.com/intranet.babett> (Stand: 19. Juni 2014)

IntraNETberater, add All AG (2014): IntraNETberater <http://intranetberater.de/index.php/intranet-neuigkeiten/intranet-news/1930-sharepointsendung-6-zum-thema-onboarding> (Stand: 19. Juni 2014)

NDR, Nordmagazin (2014): Nordmagazin 23. Juni 2014, <http://www.ndr.de/fernsehen/sendungen/nordmagazin/Nordmagazin,sendung235522.html> (Stand: 26. Juni 2014)

SharePointCommunity (2014) SharePointCommunity, <http://sharepointcommunity.de> (Stand: 19. Juni 2014)

SharePointCommunity, TeamxTechnology Scouts, Michael Greth (2014): SharePointCommunity, <http://weblogs.mysharepoint.de/blogs/sharepointmirror/archive/tags/Umfrage/default.aspx> (Stand: 19. Juni 2014)

SharePointCommunity, Impressum (2014): Impressum, <http://weblogs.mysharepoint.de/Content/impressum.aspx> (Stand: 27. Juni 2014)

SharePointSocial, Babetteria (2014): Babett und die Babetteria, <http://sharepointsocial.de/kolumnen/babetteria/> (Stand: 27. Juni 2014)

Statista 2 (2012): Top 20 Videoportale in Deutschland im März 2012 nach Anzahl der Besucher, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/209190/umfrage/beliebteste-videoportale-in-deutschland/> (Stand 20. Juni 2014)

Statista A (2013): Durchschnittlicher Upload von Videomaterial bei YouTube pro Minute von 2007 bis 2013 (in Stunden) <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/207321/umfrage/upload-von-videomaterial-bei-YouTube-pro-minute-zeitreihe/> (Stand: 19. Juni 2014)

Statista B (2013): Anzahl der bei YouTube aufgerufenen Videos pro Tag von Oktober 2009 bis Mai 2013 (in Milliarden),

<http://de.statista.com/statistik/daten/studie/39174/umfrage/entwicklung-der-anzahl-views-pro-tag-auf-YouTube-zeitreihe/> (Stand: 20. Juni 2014)

Twitter, pl_sharepoint (2014): Planet SharePoint, https://twitter.com/pl_sharepoint (Stand: 19. Juni 2014)

Twitter, IntranetBabett (2014): Intranet-Babett, <https://twitter.com/IntranetBabett> (Stand: 19. Juni 2014)

YouTube, SharePointCommunity (2014): SharePointCommunity, <https://www.YouTube.com/user/SharePointCommunity/videos?sort=p&view=0&flow=grid> (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SharePoint Sendung (2014): https://www.YouTube.com/results?search_query=sps+sharepoint+sendung (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS01 (2013): SPS01 - Die SharePoint Sendung - SharePoint 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=eIKtbLi-90c> (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS02 (2013): SPS02 - Die SharePoint Sendung - Office 365, https://www.youtube.com/watch?v=OotvrV9Xy_o (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS03 (2013): SPS03 - Die SharePoint Sendung - Yammer und Social Business, <https://www.youtube.com/watch?v=dyZs39PO2X8> (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS04 (2013): SPS04 – Die SharePoint Sendung - Wandel im Unternehmen, <https://www.youtube.com/watch?v=wBFk8jH4OI0> (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS05 (2014): SPS05 - Die SharePoint Sendung – Projektmanagement, <https://www.youtube.com/watch?v=xqvz83iCo7Y#t=714> (Stand: 20. Juni 2014)

YouTube, SPS06 (2014): SPS06 – Die SharePoint Sendung – Onboarding, <https://www.youtube.com/watch?v=FpUmFrD0KKE> (Stand: 21. Juni 2014)

YouTube, Statistiken (2014): Presse-Statistiken, <https://www.YouTube.com/yt/press/de/statistics.html> (Stand: 20. Juni 2014)

ZDF, ZDFzoom (2014): ZDF Mediathek –ZDFzoom
<http://www.zdf.de/ZDFmediathek/beitrag/video/2169666/ZDFzoom-Unsere-Amateure-%25E2%2580%2593-echte-Profis%253F?setTime=86.018#/beitrag/video/2169666/ZDFzoom-Unsere-Amateure---echte-Profis%253F> (Stand: 27. Juni 2014)

Anlagen

Anlage 1

Fragenkatalog zur empirischen Studie

Über welchen Kanal sind Sie auf die Sendung aufmerksam geworden? *

Empfehlung
Xing
Facebook
Twitter
Youtube
LinkedIn
Yammer
SharePointSendung-App
www.Intranetberater.de
www.SharePointCommunity.de

Wie viele Sendung haben Sie gesehen? *

alle Sendungen
spontan einzelne Sendungen
eine Sendung

Wo und wann sehen Sie die Beiträge der Sendung? *

tagsüber bei der Arbeit
abends daheim
unterwegs

Welche Länge der Sendung würden Sie bevorzugen? *

bis 10 min
bis 20 min
bis 30 min
bis 40 min
bis 50 min

Welches Format bevorzugen Sie? *

Sendung aus verschiedenen auswählbaren Beiträgen zu einem Thema
einzelne voneinander losgelöste Beiträge/Clips

Haben Sie die Zeitangaben bzw. Sprungmarken zu den einzelnen Beiträgen bisher wahrgenommen? *

ja
nein

Welche Rubrik bzw. welche Teile der Sendung favorisieren Sie? *

Interview
 Babett (Tipps)
 Case Study
 App
 Produkt
 Tutorial
 Frage
 Moderation

Wie finden Sie das Design und die filmische Umsetzung der letzten Sendungen? *

	1	2	3	4	5	6	
sehr ansprechend							gar nicht ansprechend

Was sollte an der Sendung verbessert werden? ***Wie fanden Sie die Themenauswahl bisher? ***

	1	2	3	4	5	6	
sehr gut							schlecht

Welche Themen zu Intranetprojekten würden Sie sich wünschen? *

Social
 Business Intelligence
 Cloud-Themen
 Trainings
 Kommunikation
 Betriebsrat
 Wissensmanagement
 Workflow und Prozesse
 Programmierung
 Sonstiges:

In welchem Rhythmus sollte die Sendung veröffentlicht werden? *

monatlich
 zweimonatlich
 vierteljährlich

Wie hoch ist der Nutzen der Sendung für Ihre berufliche Tätigkeit? *

	1	2	3	4	5	6	
sehr hoch							überhaupt kein Nutzen

Würden Sie die Sendung weiter empfehlen? *

1 2 3 4 5 6

ja

unbedingt

nein

In welchem Umfeld sind Sie tätig?

Projektverantwortlicher im Unternehmen

IT-Verantwortlicher im Unternehmen

Manager

IT-Dienstleister

organisatorischer Berater

Sonstiges:

Anlage 2
Sendungskonzept der SharePoint Sendung

Die SharePoint Sendung

Konzept

1. Die SharePoint Sendung im Überblick

Die SharePoint Sendung ist ein offline produziertes Sendeformat, dass Intranet-Verantwortliche aus Unternehmen zum Thema Social Intranet und SharePoint informiert. Technische Themen stehen im Hintergrund, es geht eher um die Anwendung der Technik.

SharePoint ist eine Software von Microsoft. Die Sendungen werden aber unabhängig vom Software-Hersteller gestaltet. Initiiert wurde das Projekt von drei Enthusiasten aus der SharePoint Community: Gernot Kühn (Mitarbeiter von Microsoft), Steffi Gröscho (Agentur perlrot) und Michael Greth (SharePoint Community), die die Sendungen redaktionell verantworten und produzieren. Gastbeiträge von anderen Community-Mitgliedern sind herzlich willkommen.

Das Format Video ermöglicht es, innerhalb kurzer Zeit ein breites Spektrum an Themen für verschiedene Zielgruppen zu visualisieren und unterhaltsam aufzubereiten. Bei dem vorproduzierten Sendeformat besteht die Möglichkeit, dass jeder Zuschauer auf „sein Thema vorspulen“ kann.

Weiterführende Informationen werden in der Sendung eingeblendet und auf der Website ... zur Verfügung gestellt. Auf der Website gibt es auch die Kommentarmöglichkeit.

- Regelmäßige Monatssendung
- Länge etwa 15 bis 25 Minuten mit Möglichkeit des „Vorspringens“
- Feste Rubriken, die immer wieder kehren
- Eigener Youtube-Kanal

Die Tonalität der Sendung ist:

- informativ
- interaktiv
- seriös, professionell (nicht „selbstgebastelt“!)
- unterhaltsam
- persönlich
- aber auch emotional, locker und mit einem Augenzwinkern versehen.

2. Ziele

Ziele des Projekts sind internetaffine Intranet-Projekt Verantwortliche, die keine SharePoint-Experten sind, also:

- Information zum Themas Social Intranet und SharePoint, Aufmerksamkeit für das Thema schaffen, Vermitteln von Tipps und Anregungen
- Thematisierung der nicht-technischen Seite der Intranet-Einführung (Themen Change Management, Projektmanagement, Kommunikation und Mitarbeiteraktivierung)

- Finden von Sponsoren und Partnern

3. Zielgruppen

Zielgruppe der Sendung sind internetaffine Intranet-Projekt Verantwortliche, die keine SharePoint-Experten sind:

- Entscheider, Leitende Angestellte, Führungskräfte, Projektverantwortliche, die ein Intranet einführen oder relaunchen
- IT-Verantwortliche
- Kommunikations-Verantwortliche
- Leiter und Mitarbeiter der Personal-Abteilungen
- Betriebsrat
- Ferner: Power-User

4. Nutzen für Zielgruppen:

Die Vermarktung der Sendung erfordert durch eine klare Nutzenkommunikation für die Zielgruppen. Auf diesen Nutzen wird der Inhalt der Sendeformate konzipiert.

Entscheider:

- Entscheider erhalten zu einem Themenschwerpunkt einen niedrigschwelligen Einstieg mit redaktionell aufbereitetem Wissen, dass das Thema von verschiedenen Seiten beleuchtet (Bsp: Suche, BI, Change-Management).
- Die einzelnen Folgen der Sendung vermitteln Basiswissen für den Intranet-Start.
- Sie erfahren Intranet- und SharePoint-News und erhalten Anregungen durch Case Studies.

Partner:

- Partner können gegen Produktionsbeteiligung in einem redaktionellen Rahmen auf Produkte aufmerksam machen (hohe Glaubwürdigkeit der Produkte).

5. Inhalte

Der Sendeablauf sollte für jede Sendung gleich sein, damit es einen Wieder-Erkennungswert gibt und indirekt auch die Möglichkeit zum „Vorspringen“. Die Sende-Dauer wird mit ca. 15 bis 25 min kalkuliert. Ein Sendeablauf könnte grob so aussehen:

Rubrik	Sponsor	Grobe inhaltliche Richtung	Dauer
Intro		• Jingle und Animation des Logos	00:10
Themen		<ul style="list-style-type: none"> • Themenvorstellung: wechselnde Hintergrundbilder passend zu Themenvorstellung „Die Themen heute“, • auditive Abgrenzung zwischen Themenblöcken bei Überblendung 	00:30
Moderation		<ul style="list-style-type: none"> • Begrüßung durch die Moderatoren • Vorstellen des Themenspecials • Didaktische Hinführung zu Fachwissen • Anmoderation der Vorstellung des Sendeorts 	01:00
Orts- Impressionen		• Vorstellung des Sendeorts in Bild-Sequenzen mit Musik	00:30
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
Case Study		• Eine Fallstudie vor Ort; so hat Unternehmen XY das Intranet erfolgreich eingeführt und genutzt und damit seine Produktivität, Kommunikation etc. verbessert	04:00
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
App	Produkt- vorstellung des Sponsors	• Gute Apps werden vorgestellt (nicht als Screencast!)	02:00
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07

Tutorial		<ul style="list-style-type: none"> • Experte stellt ein Tutorial mit einer neuen Funktion/Anwendung ausführlich vor • Wechsel zwischen Screen-Aufzeichnung, Demonstrationen, Präsentationen und Sprecher 	03:00
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
Babett		<ul style="list-style-type: none"> • Babett wirft ein Problem auf und zeigt Lösungen • Stil der Simpleshow oder animierte Präsentation 	02:30
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
Produkt	Produkt- vorstellung g des Sponsors	• Vorstellung von Produkten evt. durch Experten oder Moderator	01:30
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
Interview		• Mit Experten zum Themenspezial	01:30
Moderation		• Anmoderation des Folge-Beitrags	00:40
Übergang		Rubriken-Einblendung	00:07
Frage		• Einem Problem/einer Frage der Intranetverantwortlichen wird nachgegangen	01:30
Moderation/ Vorschau		<ul style="list-style-type: none"> • Themenvorschau für die nächste Sendung • Verabschiedung 	00:10
Abspann	Werbung des Sponsors	<ul style="list-style-type: none"> • Namen der Sendungs-Macher • Einblendung von Sponsoren • 	00:15

Anlage 3

Sendungsanalyse SharePoint Sendung 05

Zeit		Kamera Einstellungsgrößen und Bewegung	Licht	Auditiv	Architektur	Schnitt	Optimierung spotenzial	
0:00	Opener		Klassische Ausleuchtung mit digital eingefügten Schatten	Jingle Störgeräusch am Ende des Openers	Greenscreen Animierter Farbverlauf von hell zu dunkel grau mit „Projektmanagement“ als Texteinblendung. Vordergrund Tisch mit zwei Tablets	Harte Schnitte, im Wechsel zwischen zwei Kameras. Gelbstich kein korrekter Weissabgleich	Störgeräusche am Ende des Openers	
0:10	Begrüßung	Halbnah beide		Klarer Ton, durch Ansteck- mikrofone			Keine richtige Einstellung, Kopf abgeschnitt Untersichtig	
0:15		Schnitt mit Nahe M						
0:17		Halbnah beide						
0:23		Schnitt mit Nahe G						
0:26	Thema der Sendung	Halbnah beide						
0:31		Schnitt in die Nahe M						Blick nicht in die Kamera
0:33		Halbnah beide						
0:49	Themen der Sendung	Grafik		Sprecher		Animierte Grafik		
1:14		Halbnah beide	gleichbleibend					
1:39	Flugaufnahmen	NiF aus der Vogelperspektive			Greenscreen mit Flugbild im Hintergrund			
2:30		Nahe mit G			Greenscreen grau mit Schatten		Blick nicht in die Kamera	
2:36		Halbnah beide						
2:56		Nahe mit G					Blick nicht in die Kamera	
3:05		Halbnah beide						
3:14	Rubrik Interview	Animation						
3:22	Interview	Ca. Amerikanische, Kamera im 45Winkel zur Blickachse des Interviewten	Kein gesetztes Licht, deshalb Schatten im Gesicht des Interviewten, Immer wiederkehrende Lichtschwankungen, teilweise Gesicht und Kleidung ausgebrannt	Ton wirkt sehr weit weg, wahrscheinlich nur durchs Kamera Mikrofon aufgenommen	Weißes Sofa vor roter Wand, Unterer Rand des Bildes im Anschnitt und Fernseher im Hintergrund mit Spiegelung von Gernot	Durch das fehlen einer zweiten Kamera lediglich harte Schnitte zwischen Grafik und Interview.	Keine korrekte Einstellungs größe, Gernot nur von hinten zu sehen, kein Kamerawechsel, Gesicht Gernot und Hemd des Interviewten fast ausgebrannt	
3:58		Grafik						
4:05		Amerikanische						
4:12		Grafik						
4:18		Amerikanische						
4:46		Grafik						
4:53		Amerikanische						
5:19		Grafik						
5:24		Amerikanische						Kein Blickwechsel
6:50		Grafik						Sehr überladen

7:00		Amerikanische					
7:12		Grafik					Sehr kleine Schrift
7:27		Amerikanische					Leider kein Detail
7:59		Grafik,	Bewegt mit Zoom				
8:06		Amerikanische				Digitaler Zoom, sehr langsam	
9:24		Grafik				Schnitt, gleicher	
9:30		Amerikanische				Bilder, wieder mit langsamen Zoom	
9:34		Amerikanische				Ab 10:32 Gernot abgeschnitten, Viel Luft über dem Kopf	
11:54	Abnahme	Halbnah Moderation			Baustelle als HG	Hart	
12:12	Interview und Anmoderation der Rubrik Casestudy	Nah Gernot				Hart	Blick vorbei
12:18		Halbnah Moderation					
12:28	Rubrik Case Study						
12:35		Totale		Hintergrundmusik und Sprecher		Schnelle Schnitte, von Totale, über das Haus in das Haus und die Büroräume, klassische Einleitung des Berichts	Leider wacklig
12:38		Bild Haus					
12:40		Fast Totale					
12:44		Fahrt Schrift					
12:48		Halb Nahe Over Shoulder, mit Rechtsquadrierung am Schreibtisch					
12:50		Detail auf Finger vor Tastatur					
12:53		Fahrt über Info Board, bis hier alles als Handkamera					
13:00	O-Ton	Halbnahe, Linksquadrierung		Ansteckmikrofon			
13:21		Nahe				Digitale Naheinstellung, Nichtbeachtung der 30°Regel	
13:23		Halbnahe Ab 13:36 Zoom Fahrt auf Nahe (bis 13:40)					Leider wackelig
14:12		Halbnah Handkamera rechtsquadrierung		Sprecher, mit Hintergrundmusik			
14:17		Firmen Bild Schwenk hoch mit Zoom aufs Auge /				Überblendung mit Zoom ins nächste Bild	Sehr schön
14:26		Halbnahe					

		Fahrt aus Fensterspiegelung zu halbnaher Schreibtisch					
14:31		Halbnaher Schreibtisch				Gleiches Bild von unterschiedli- chen Personen kein Unterschied deshalb schwer erkennbar	
14:32		Bild Logo					
14:37		Halbnaher, nicht optimale Einstellung viel Luft über dem Kopf, Blick untersichtig Mittig ab 14:52 mit Zoom auf ihn Nahe/ Rechtquadrierung mit Bildschirm wäre besser / Schwenk 15:31 auf rechtsquadrierung mit Bildschirm		O-Ton Schlechter Ton, Hall,			Viel Luft nach Oben, sehr schlechter Ton, Untersichtig
15:38		Grafik Vom Fernseher				Harter Schnitt, Überblendun- g wäre angenehmer	
15:49		Halbnaher RQ Untersichtig				Gelbstich	
16:02		Grafik					
16:10		Halbnaher					Grafik auf Fernseher gleichbleibe- nd
16:45		Beauty Shots		Sprecher mit Hintergrund- musik		Baustellen mit Foto animation	
17:02		Halbnaher Menschen an einem Schreibtisch					
17:07		Grafik				Animierte Grafik	
17:17		Halbnaher LQ mit Schwenk am Ende auf den Bildschirm	Sehr dunkel	O-Ton, hallender Ton, zum Ende besser		Schwenk unterbrochen , Überblendun- g auf	Sehr Dunkel
17:36		Bildschirm Ab 17:58 Zoom raus in die				Bildschirm wäre besser	
18:21		Bildschirmaufnah- me				Harte Schnitte	
18:24		Detail Mausbewegung					
18:26		Bildschirmaufnah- me		Sprecher mit Musik			
18:35		Zoom auf Fotos					
18:40		Beatshots, und Bildschirmaufnah- men				Harte Schnitte zwischen animierten	

						Material und Fotos	
19:15		Halbnahe LQ mit rauszoom in die Totale	Sehr schlechtes Licht, Augen durch Schatten nicht erkennbar	O-Ton			Schlechtes Licht
19:33		Fahrten, Totale durch Räume					
19:41		Halbnahe					
19:48		Zoom auf Fotos		Sprecher mit Musik			
19:57		Halbnahe RQ sehr mittig Blick in die Falsche Richtung		O-Ton, Hintergrundstörgeräusche		(20:37) Schnitt gleiches Bild, Schnitt störend wäre mit Blitz besser	
21:02		Bildschirmaufnahme mit Finger				Wechselnder harter Schnitt	
21:07		Halbnahe				zwischen	
21:17		Bildschirm mit Finger				Bildschirmaufnahme und	
21:24		Halbnahe				Halbnahe Einstellung	
22:09		Bildschirm mit Finger					
22:16		Halbnahe					
22:23		Details Auszeichnung					
22:28		Halbnahe					
22:37		Bildschirm mit Finger		Sprecher		Digitaler Zoom auf verschiedene Fotos	
22:51		Beatyshots Baustelle					
23:00	Anmoderation	Halbnahe Moderation			Greenscreen mit grauer Wand später Foto	Gelbstich Zitternder Schatten am Notebook	
23:21	Rubrik Tutorial	Animation					
22:27		Bildschirmaufnahme		Sprecher, unsauberer Ton		Präsentation	
22:48		Grafik erklärungen					
28:21	Moderation	Halbnahe			Studio		
28:06		Nahe Gernot					
28:11		Halbnahe					
28:22		Nahe Michael RQ verwirrt da er in der HN links steht				Harte Schnitte zwischen beiden Kameras, wieder sehr gelblastig	Blick in die falsche Kamera
28:28		Grafik					
28:35		Halbnahe Moderation					
28:38		Nahe Michael					
28:42		Halbnahe Moderation					
28:44	Rubrik Produkt	Animation					
28:53		Werbevideo		Musik		Werbefilm	
33:14	Ab und	Halbnahe Gernot LQ			Studio	Einblendung des Logos,	

	Anmoderation					mit unnötigen wechseln	
33:37	Rubrik Frage	Animation					
33:43		Halbnahe RQ Luft oben,		Ton sehr schlecht, hall und sehr weit weg, schwankende Lautstärke	Plakat im Hintergrund nur schwer lesbar		Schlechter Ton
34:06		Bildschirmaufnahme					
34:22		Halbnahe					
34:43		Detail Foto				Digitaler Zoom	
34:51		Halbnahe				Ganz langsamer Zoom	
35:37	Moderation	Halbnahe					
36:02		Nahe Michael Blick wieder an Kamera vorbei					
36:06		Halbnahe Moderation					
36:26		Abschluss		Zwischenruf, wäre über Aufnahme besser, da man nicht sieht wer spricht			
	Abspann						Wäre als Seitenbalken oder Lauftext interessanter gelöst

Anlage 4

Sendungsanalyse SharePoint Sendung 06

Zeit		Kamera Einstellungsgrößen und Bewegung	Licht	Auditiv	Architektur	Schnitt	Optimierung potenzial
0:00	Open er			Jingle			
0:08	Begrüßung und Anmoderation	Halbnahe beide, mittig	Klassische Ausleuchtung	Ton sehr schwankend zwischen beiden Moderatoren. Gernots Ton sehr weit weg mit viel Hall und von schlechter Qualität. Während der Einblendung von Grafiken Voice over	Studio: Greenscreen Animierter Farbverlauf von hell zu dunkel blau mit „Onboarding“ als Texteinblendung und Schiffssymbolen. Vordergrund Tisch ein Tablet und ein Laptop	Kein Schnitt, gleichbleibende Kamera, leicht gelblich wirkende Farbe	Ton
0:56		Bildschirmaufnahme				Einblendung der Bildschirmaufnahme zum Vollbild	
1:05		Halbnahe beide, mittig				Ausblendung der Grafik	
1:14		Bildschirmaufnahme				Einblendung der selben Grafik	Grafik animieren
1:29		Halbnahe beide,				Ausblendung	

		mittig				d. Grafik	
1:40	Themenüberrblick	Grafik		Sprecher		Animierte Grafik	
2:02	Anmoderation Beitrag	Halbnahe Michael Rechtquadriert			Greenscreen mit Einblendung von Bild links		
2:19				Jingle			
2:27		Grafik				Fragestellung als Text, mit Ausblendung zur Aufnahme	
2:33		Amerikanische, zu viel Luft über den Köpfen, mittige Quadrierung	Keine Ausleuchtung	Dauerhaftes Surrgeräusch im Hintergrund, bei Einblendung von Grafiken klassisches Voice Over	Rote Couch, Rot-Weisse Wand, Farbwechsel genau auf Höhe des Kopfes, Anschnitt eines nichterkennbaren Bildes, wenig Raumbtiefe, Nutzung eines Tablets, Abbildungen aber nicht erkennbar	Überblendung	
3:13		Grafik				Ein und Ausblendung	
3:20		Amerikanische, s.o.					
3:27		Grafik				Ein und Ausblendung	
3:31		Amerikanische, s.o.					
3:39		Amerikanische, s.o.	Sehr dunkel			Überblendung	
3:46		Groß, Fußballfigur mit Hürden			Im Hintergrund die Beine erkennbar		
3:48		Halbnahe Steffi, Mittig, Kamera nicht gerade			Links Schulter im Bild, Rechts Türrahmen	Schnitte durch Überblendung	
3:52		Grafik			,	Animiert	
3:56		Halbnahe Steffi					
3:59		Groß					
4:03		Halbnahe Steffi	Veränderte Lichtverhältnisse			Überblendung	
4:09		Halbnahe Steffi				Überblendung	
4:10		Grafik				Überblendung	
4:13		Halbnahe Steffi				Überblendung	
4:18		Groß				Hart geschnitten	
4:22		Halbnahe Steffi					
4:36		Halbnahe Steffi				Überblendung	
4:38		Grafik				Überblendung	
4:42		Halbnahe Steffi, Kopf Steffi angeschnitten				Überblendung	
4:44		Großeinstellung				Überblendung	
4:47		Halbnahe Steffi				Überblendung	

4:53		Groß, Fußballfiguren				Überblendung	
4:57		Bildschirmaufnahme				Überblendung	
5:04		Halbnahe Steffi				Überblendung	
5:09		Groß Fußballfiguren				Überblendung	
5:11		Groß Fußballfiguren,			Stativ und Licht im Bild	Hart	
5:13		Halbnah Regina, mittig,			Steffis Schulter Rechts im Anschnitt, Farbwechsel der Wand genau auf Kopfhöhe,	Überblendung	
5:21		Groß Fußballfigur				Hart	
5:24		Halbnah Regina				Überblendung	
5:26		Grafik				Überblendung	
5:30		Halbnah Regina, mit Schnitt				Überblendung	
5:54		Grafik				Überblendung	
5:59		Halbnah Regina				Überblendung	
6:13		Groß Figur Hürde				Überblendung	
6:19		Halbnah Regina				hart	
6:36		Amerikanisch, beide				Durch Überblendung Regina kurz doppelt im Bild wegen fehlender 30° Regel	
6:42		Groß Kuchen				Überblendung	
6:44		Amerikanisch, beide				Überblendung	
6:49		Schwarz				Abblende	
6:50	Moderation	Halbnah Michael, RQ, links eingedreht, obwohl rechtsbündig			Studio Greenscreen, mit Einblendung von Foto (6:59) Links	hart	Links eingedreht obwohl rechts stehend
7:08	Rubrik Interview			Jingle			
7:17	Interview	Halbnahe von drei Person eine im Anschnitt	Schlechte Lichtverhältnisse, mehr Licht von hinten als von vorne	Ton dumpf	Cafe		
7:19		Handkamera Schild				Überblendung	
7:21		Halbnahe				Überblendung	
7:25		Groß Gernot				hart	
7:33		Halbnah Peter		Ton sehr gut Atmo Cafe Geräusche		Hart	
7:49		Over Shoulder Gernot, mit beiden Interviewpartnern aus Handkamera	Gutes Licht, alle gut ausgeleuchtet			Hart	
7:58		Animation				Hart	
8:02		Halbnahe beide				Hart	Kamera zu weit von
8:17		Halbnahe beide				Schnitt von	

						gleichem Bildausschnitt, linke Interviewpartnerin schaut links aus dem Bild	Blickachse entfernt
8:25		Nahe Kati aus Handkamera				Hart	
8:33		Halbnah beide	Unterschiedliche Lichtverhältnisse			Hart, Unterschiedliche Weisstöne	Gernots Hand links unten störend im Bild
8:36		Foto				Animiert	
8:40		Halbnah beide				Hart	
9:08		Halbnah alle drei, aus Handkamera		Ton wird leiser		Hart	
9:11		Halbnah beide				hart	
9:14		Foto				Animiert, schwer lesbar, gleiches Foto	
9:19		Halbnah beide				hart	
9:21		Animation				hart	Zu überladen, schwer erkennbar
9:27		Over Shoulder Gernot, Kamera in Blickachse				Hart	
9:35		Halbnah beide		Gerions Ton zu leise,		Hart	Zustimmung sgeräusche störend
10:3 5		Nahe von der Seite aus Handkamera				hart	
10:3 8		Foto				Animiert, schwer lesbar, gleiches Foto	
10:4 1		Halbnah beide				hart	
10:5 5		Nahe von der Seite aus Handkamera				hart	
11:0 4		Halbnah beide				hart	
11:3 6		Nahe Kati aus der Hand				hart	
11:4 3		Animation				hart	
11:4 6		Halbnah beide				Hart	
11:4 9		Detail schreiben				Hart	
11:5 4		Halbnah beide				Hart	
12:1 0		Animation				Hart	
12:1 6		Halbnah beide, anfänglich spricht Gernot, man sieht aber nur seine Hand im Anschnitt		Gernot sehr schlechter Ton		Hart	
12:3 0		Detail schreiben				Hart	
12:3 7		Halbnah beide				Hart	
12:5 4		Detail Heft, aus Handkamera				Hart	

12:57		Halbnah beide				Hart	
13:47		Detail aus Handkamera				Hart	
13:58		Halbnah beide				Hart	
14:05		Halbnah beide				Hart, gleiches Bild	
14:07		Detail Schreiben				Hart	
14:11		Halbnah beide				Hart	
14:13		Animation				Hart	
14:19		Halbnah beide				Hart	
15:03		Nahe Gernot, sehr seitlich aus der Hand				Hart	
15:14		Halbnah beide				Hart	
15:29		Halbnah beide, ab 15:52 Bedanken Gernot, ist aber im Bild nicht zu sehen				Hart, gleiches Bild, sieht aus wie Fehler durch veränderte Stellung der im Hintergrund stehenden Personen	
15:55		Grafik				Hart	
16:01						Abblende	
16:02	Moderation	Halbnahe Michael, RQ, mit Foto links ab 16:16			Studio		
16:24	Rubrik Babet	Jingle		Jingle			
16:32	Babet	Animation		Hintergrund musik, und Sprecher + Sprecherin. Effektmusik wie Herzklopfen		Animation	
21:54	Moderation	Halbnahe Gernot, RQ, mit Foto links ab 22:03		Sehr schlechter Ton			
22:18	Rubrik Produkt	Animation		Jingle			
22:26	Produkt	Handschwenk Totale		Hintergrund musik		Hart	
22:28		Nahe Schild				Hart	
22:30		Detail Tulpen Schärfenverlagerung zum Schild				Hart	
22:33		Totale Treppe		Voice Over		Hart	
22:36		Nahe Schild				Hart	
22:38		Halbnahe Sascha, LQ	Gesicht sehr dunkel	Ansteckmikrofon	Vor Bunter Wand	Hart	
22:4		Schärfenverlagerung		Ton und Bild		Hart	

2		Groß, LQ		stimmen nicht überein			
22:4 5		Hand, Groß, RQ		Voice-Over		Überblendun g	
22:4 7		Totale Wand, Hand				Überblendun g	
22:4 9		Groß, Wand Schärfenverlagerung				Überblendun g	
22:5 0		Groß, Wand Schärfenverlagerung				Überblendun g	
22:5 1		Groß, Wand Schärfenverlagerung				Überblendun g	
22:5 3		Halbnahe Sascha, LQ				Überblendun g	
22:5 7		Handfahrt Buch				Hart	
22:5 9		Overshoulder Sasha Buch				Hart	
23:0 2		Detail Maus				Hart	
23:0 3		Nahe Handfahrt Bildschirme				Hart	
23:0 7		Halbnahe Sascha, LQ				Hart	
23:0 9		Nahe, Gruppe				Überblendun g	
23:1 2		Halbnahe Sascha, LQ mit Schwenk und Rauszoom zur Totalen				Überblendun g	
23:1 7		Nahe Sascha				Hart	
23:2 3		Halbotale Gruppe, Köpfe abgeschnitten				Hart	
23:2 5		Amerikanische				Hart	
23:2 7		Halbotale Gruppe, Köpfe abgeschnitten				Hart	
23:2 9		Halbotale Gruppe, Köpfe abgeschnitten				Schnitt von gleichem Bild	
23:4 2		Nahe Sascha				Hart	
23:4 5		Halbotale Gruppe, Köpfe abgeschnitten				Hart in Kopfbewegun g geschnitten	
23:5 0		Nahe Sascha				Hart	
23:5 4		Nahe Sascha				Schnitt von gleichem Bild	
23:5 7		Halbnahe Sascha	Sehr dunkel			Hart	
24:0 4		Foto				Hart	
24:0 8		Overshoulder Sascha				Hart, mit Zeitraffer	
24:1 3		Bildschirmaufnahm		Voice Over		Mit Bewegung animiert	
24:2 8		Halbnahe Sascha				Hart	
24:3 2		Halbnahe Sascha				Hart	
24:3 6		Nahe Sascha, Hand				Hart	
24:4 4		Halbnahe Sascha, rutscht rechts aus dem Bild raus				Hart	
25:0		Halbnahe Sascha				Hart	

3		Hand					
25:1 5		Halbnahe Sascha				Hart	
25:1 8		Groß, Sascha				Hart	
25:2 6		Halbtotale, RQ				Hart	
25:3 5		Halbnahe Gruppe				Überblendun g	
25:2 9		Groß Sascha, LQ				Hart	
25:4 5		Totale Kirche mit Schärfenverlagerung				Hart	
25:4 9		Bildschirmaufnahme				Überblendun g	
25:5 1						Abblende	
22:5 2	Mode ration	Halbnah, Beide, Mittig	Schatten in Gernots Gesicht	Sehr schlechter Ton bei Gernot, ab 26:21 Abschlussko mmentar in schlechter Qualität und über Sprecher günstiger	Studio, wie siehe oben	Hart	
26:2 4	Absp ann					Überblendun g	

Anlage 5

Auswertung der empirischen Studie

Auswertung

Kanal

Empfehlung	33	LinkedIn	2
Xing	5	Yammer	2
Facebook	17	SharePointSendung-App	2
Twitter	5	Xing	5
Youtube	5	Twitter	5
LinkedIn	2	Youtube	5
Yammer	2	Intranetberater	5
SharePointSendung-App	2	Facebook	17
Intranetberater	5	SharePointCommunity	21
SharePointCommunity	21	Empfehlung	33

Wie viele Sendungen haben Sie gesehen

alle	14	In Prozent	22,58%
spontan einzelne	27		43,55%
eine	21		33,87%

Wo und Wann sehen Sie die Beiträge

tagsüber bei der Arbeit	36	In Prozent	58,06%
abends daheim	27		43,55%
unterwegs	6		9,68%

Welche Länge

bis 10 min	26	In Prozent	41,94%
bis 20 min	20		32,26%
bis 30 min	12		19,35%
bis 40 min	2		3,23%
bis 50 min	2		3,23%
		Wunschlänge:	19,35483871

Welches Format

Sendung	42	In Prozent	67,74%
Beiträge/Clips	20		32,26%

Haben Sie die Sprungmarken entdeckt

ja	27	In Prozent	43,55%
nein	35		56,45%

Welche Rubrik bzw. welche Teile der Sendung favorisieren Sie?

Interview	33	Frage	7
Babett (Tipps)	25	Moderation	7
Case Study	25	App	13

App	13	Tutorial	22
Produkt	27	Babett (Tipps)	25
Tutorial	22	Case Study	25
Frage	7	Produkt	27
Moderation	7	Interview	33

Wie finden Sie das Design und die filmische Umsetzung

1	2	In Prozent	3,23%
2	19		30,65%
3	15		24,19%
4	11		17,74%
5	12		19,35%
6	3		4,84%
		Durchschnittsnote	3,338709677

Themenauswahl

1	8		12,90%
2	26		41,94%
3	15		24,19%
4	10		16,13%
5	3		4,84%
6	0		0,00%
		Durchschnittsnote	2,580645161

Wunschthemen

Social	28	Betriebsrat	10
Business Intelligence	13	Business Intelligence	13
Cloud-Themen	16	Programmierung Cloud- Themen	15
Trainings	19	Workflow und Prozesse	16
Kommunikation	24	Trainings	17
Betriebsrat	10		19
Wissensmanagement	29	Kommunikation	24
Workflow und Prozesse	17	Social	28
Programmierung	15	Wissensmanagement	29

Rhythmus

monatlich	44	In Prozent	70,97%
zweimonatlich	13		20,97%
vierteljährlich	5		8,06%

Nutzen für Ihre berufliche Tätigkeit

1	4	Durchschnittsnote:	3,14516129
2	24		
3	11		
4	8		
5	12		
6	3		

Sendung weiterempfehlen

1	15	Durchschnittsnote:	2,741935484
2	19		
3	11	2	
4	5		
5	8		
6	4		

Umfeld tätig

Projektverantwortlicher im Unternehmen	11
IT-Verantwortlicher im Unternehmen	4
Manager	7
IT-Dienstleister	13
organisatorischer Berater	9
sonstiges	23

Teilnehmerzahl	62
----------------	----

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname